



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

TRABAJO FINAL DE GRADO

PLAN DE CREACIÓN DE UN NEGOCIO DE ÓPTICA

CLAUDIA GUTIÉRREZ ZAMBRANA

DIRECTOR: RAMON CASABONA FINA

DATA LECTURA: 27 DE JUNIO 2014



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

El Sr. Ramon Casabona como director del trabajo:

CERTIFICA

Que la Sra. Claudia Gutiérrez Zambrana ha realizado bajo su supervisión el trabajo Plan de creación de un negocio de óptica recogido en esta memoria para optar al título de grado en Óptica y Optometría.

Y para que conste, firmo este certificado.

Sr. Ramon Casabona
Director del trabajo

Terrassa, 6 de junio de 2014



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

PLAN DE CREACIÓN DE UN NEGOCIO DE ÓPTICA

RESUMEN

En el mundo hay aproximadamente 285 millones de personas con discapacidad visual y los errores refractivos no corregidos son la causa más importante. Con este proyecto se pretende dar una opción más a los clientes, que conozcan nuestra política de precios y sus ventajas ante la competencia.

El proyecto, PLAN DE CREACIÓN DE UN NEGOCIO DE ÓPTICA llamado “CSMòptics” se ve estructurado de la siguiente manera:

En los primeros capítulos se definen los objetivos que se desean alcanzar; se presenta al equipo que formará parte de la empresa y los diferentes cargos que ocuparán.

En el apartado jurídico se habla de la forma jurídica elegida para nuestra empresa y de las normativas y licencias que se necesitan para su apertura.

En el plan de marketing se realiza un análisis exhaustivo del entorno externo e interno, de las estrategias y del plan de acción para alcanzar los objetivos fijados.

En el plan de producción se explica la posición de las diferentes áreas de trabajo del local donde se situará la empresa. La recepción, atención y venta de productos se situará en la primera planta, la segunda consta de tres zonas destinadas a las revisiones visuales, auditivas y a las terapias visuales. La tercera planta se usará como almacén y taller de montaje.

Una vez completado el análisis de los capítulos anteriores pasamos a analizar el plan económico-financiero de nuestro negocio.

Para que éste sea viable es necesario tener una buena relación entre la rentabilidad y la liquidez. Para ello se llevó a cabo un estudio de la inversión, se eligió el valor a financiar y se procedió a realizar proyecciones de los estados financieros.



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

PLA DE CREACIÓ D'UN NEGOCI D'ÒPTICA

RESUM

Al món hi ha aproximadament 285 milions de persones amb discapacitat visual i els errors refractius no corregits son la causa més important. Amb aquets projecte es pretén donar una opció més als clients, que coneguin la nostra política de preus i els seus avantatges davant de la competència. El projecte, PLA DE CREACIÓ D'UN NEGOCI D'ÒPTICA anomenat "CSMÒptics" es veu estructurat de la següent manera:

Dins dels primers punts es defineixen els objectius als que es pretenen arribar; es presenta a l'equip humà que formarà part de la empresa i els diferents càrrecs que ocuparan.

A l'apartat jurídic es parla de la forma jurídica escollida per la nostra empresa i de les normatives que es necessiten per obrir-la.

Al pla de Marketing es realitza un anàlisi exhaustiu de l'entorn extern i intern, de les estratègies i el pla d'acció per arribar als objectius fixats.

Dins del pla de producció s'explica la posició de les diferents àrees de treball del local on es trobarà la empresa. La recepció, atenció i venda de productes es situarà a la primera planta, la segona està formada per tres zones destinades a les revisions visuals, auditives i a les teràpies visuals, la tercera planta es farà servir com a lloc d'empaquetatge i taller de muntatge.

Una vegada completat l'anàlisi dels capítols anteriors passem a analitzar el pla econòmic i financer.

Per a que aquest negoci sigui viable es necessari una bona relació entre la rendibilitat i la liquidat, per això s'ha portat a terme un estudi de la inversió i el finançament.



GRADO EN ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

PLAN OF CREATION OF A BUSINESS OF OPTICS

SUMMARY

In the world there are approximately 285 million people with visual disabilities and uncorrected refractive errors are the leading cause. This project is intended to give one more choice to customers in order to let them know our policy of prices and its advantages in comparison with our competitors. The project "plan to create a business in optics called "CSMÒptics" is structured in the following way: the first chapters define the objectives to be achieve; it is presented the team that will be part of the company and their roles. The legal section explains the legal form chosen for our company and the regulations and licenses needed for its opening. In the marketing plan section there is a thorough analysis of the external and internal environment, strategies and action plan to achieve the objectives. The production plan explains the distribution on the working place. The reception, care and sale of products will be placed on the first floor, the second consists of three zones aimed at revisions to Visual, auditory and Visual therapies. The third floor will be used as warehouse and Assembly workshop. Once completed the analysis of previous chapters we pass to analyze the economic and financial plan of our business. To make it possible, it is necessary to have a good relationship between profitability and liquidity. For that reason, it was conducted a study of the investment, was chosen the value to finance and proceeded to make projections of the financial statements.

SUMMARY: PLAN OF CREATION OF A BUSINESS OF OPTICS

We have developed a business project to establish an optician's shop named "CSMÒptics". This project is described in detailed in 6 chapters. We briefly summarize each chapter below.

In chapter 1 and 2 we identify the main objectives of our business project and the personnel that we need to hire to achieve those objectives. Since the establishment of a new business is a challenge, especially considering the current financial crisis and the aggressive rivalry among competitors, our human resources will be key to attract clients and build their loyalty.

Our personnel include a manager, a middle manager, an optical optometrist manager, a hearing instrument specialist, and salespeople. The manager will run the business and the middle manager, be in charge of senior management, middle management, operational management and administration and finance. The optical optometrist will assume responsibility for the optometry, contact lenses, and vision therapy services. This employee will identify clients' visual problems and prescribe them the most appropriate treatment. The hearing instrument specialist will adapt clients' hearing aids and bath caps. The salespeople will manage clients what includes giving them guidance on frame glasses, provide them with alternatives to keep their ophthalmic lenses, and help any other of clients' demands when they are in the shop. If every employee takes his/her responsibilities seriously and do their tasks with excellence, the result will be a store that is organized and well-managed. In addition, we will contract an external firm to do the cleaning and maintenance of the store.

The Chapter 3 refers to the legal aspects regarding the establishment of our optician's shop. Our business will take the form of a limited liability company and consist of 3 founders. We will follow the appropriate bureaucratic process to open the store which also includes a name for the store, "CSMÒptics", and its logo. We will also pay special attention to the specific health legal requirements from the health authorities.

In Chapter 4 we describe the Marketing Plan which provides us with a clear overview of the objectives that we attempt to achieve and the situation of the competitive environment of our business. The marketing plan consists of the following different stages:

- The first and second stages consist of an internal and external analysis of our business. The external analysis refers to the components of the environment that our company cannot control but those components can have an indirect influence on the company. These elements include the natural environment, demographic characteristics, and financial, political, and legal aspects. The analysis of the market is another key aspect of the external analysis to know the ages of most of the population of Sant Andreu, Barcelona, where our

optician' shop will be placed. This age is relevant aspect that will help us to make decision about our products and adjust our pricing strategy.

The analysis of the competitors will provide us with relevant information of their prices, products, and the type of discounts that they offer. We aim to use this information to make us different from competitors by offering some exclusive products and services to our clients. As a result, in our optician's shop we will include the services of visual therapies and the measurement of the ocular pressure. We consider that these complete and unique services will be positively valued by our customers.

In the internal analysis we will undertake a detailed analysis of the company for our business project to be viable and result in products of high quality. It is very important that the company has good relationships within its external and internal environment. A good relationship with suppliers is also key. This internal analysis refers to the Marketing-Mix which includes those decisions related to the product, price, distribution, and promotion of our products.

- In the third stage we analyze that our business success will be based on an intensive communication strategy and the offer of a wide variety of products and services. We operate in a very competitive market and believe that this variety of products is necessary to attract as many clients as possible. Thus, our strategy will focus on the strengths of our products and services and we will try to minimize external threats.

The target of our products is quite general since we offer products adapted for children (e.g. frames glasses for kids) but also for elderly people (e.g. hearing or visual review). One of the strengths of our optician's shop is the proximity to and the agreement signed with the Sant Jordi hospital. Patients from this hospital will enjoy special discounts in our store.

-In the fourth stage of the Marketing Plan we describe the mechanisms to achieve our objectives. We will need to have a good infrastructure and intermediaries to achieve efficiency and accessibility to the market. This will be possible thanks to their experience, and specialization.

We plan to announce our shop through the TV channel of *"Antena 3"*, and through *"Los 40 Principales"* on the radio from Monday to Friday in the morning. Besides these two means of communication, we will also give out leaflets to people. Additionally, we plan to create a web

site on the internet to show the most updated information of our products and share our special discounts with customers in advance. We believe that this web site will allow us to provide a more complete service to our customers and will be easier for them to be updated.

We are not able to count how many people receive the information included in our announcements or how many people are attracted by our shop windows. However, we will be able to count the number of visits of our web site and this can be considered as a positive feedback. Another tool with a high potential to identify potential new customers are the social networks. Through the social networks we will be able to discover some preferences of our customers and adapt our offer of products to them. Finally, we plan to evaluate our costumers' level of satisfaction every three months.

In Chapter 5, we explain in detailed the Production Plan of our opticians' shop. The reception of customers and the sale of products will be located in the first floor of the establishment. The second floor will have three different areas that will be used for visual reviews, hearing reviews, and visual therapy. The third floor will be used as storage and as an area to work on repairs.

In order to offer a good service to our costumers we will use equipments with the most advance technology in the:

- For the optometry service we will have equipment of refraction that consists of a retinoscope, a phoropter, a lensmeter and different tests to assess the color vision, the 3D view. We will also have a direct ophthalmoscope, a tonomete, a keratometer, and a biomicroscope.
- For the visual therapy we will have different lenses and prisms
- For the hearing service we will have an audiometer , an otoscope, and an analyser

We finally analyze the finance plan of our optician's shop. For our business to be viable it is necessary to have a good relationship between profitability and liquidity. Therefore, we first need to know the investment that is required. We calculated operational costs, the amount of money for which we need financial support, and we did financial projections based on the purchases and sales plan.



AGRADECIMIENTOS

Después de 5 años de mucho esfuerzo y dedicación finaliza una etapa en mi vida, donde he conocido a grandes personas que me han ayudado, enseñado y apoyado en todo el camino por la universidad.

Por ello quiero agradecer de una manera especial a estas personas que lo han hecho posible:

En primer lugar agradecer al director de mi trabajo, Ramon Casabona Fina, por su ayuda y supervisión en el trascurso de este trabajo.

A todo el equipo de la óptica universitaria de Gran de Sant Andreu que ha colaborado para la obtención de datos clave para el desarrollo del trabajo.

Sobre todo agradecer a mis padres por haber confiado en mí en todo momento, por haberme apoyado en todas mis decisiones y por haber hecho posible mi formación. Y a mis hermanos por alegrarme la vida día a día y hacer que todo sea más fácil.

A mi pareja que ha estado a mi lado en todo momento transmitiéndome su cariño, comprensión y apoyo.

Y por último agradecer a mis amigos, en concreto a Silvia y María, dos personas muy importantes en estos 5 años que han compartido conmigo muchas experiencias y con las que sé que contare siempre.

Tabla de contenido

AGRADECIMIENTOS.....	9
1.INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS.....	12
2. PRESENTACIÓN DEL EQUIPO HUMANO	13
2.1. Equipo humano	13
2.2. El proceso de dirección en la empresa	13
2.3. Las funciones directivas.....	15
2.4. Organización: Definición de tareas.....	16
3. PLAN JURÍDICO FORMAL	22
3.1. Forma jurídica elegida	22
3.2. Trámites administrativos genéricos	23
3.3. Otros trámites.....	24
3.4. Permisos y licencias	25
3.4.1. Autorización inicial de los establecimientos de óptica y de las modificaciones posteriormente.....	25
3.4.2. Autorización de apertura y funcionamiento	25
3.4.3. Notificar las modificaciones que afecten al cambio de responsable técnico, denominación y titularidad del establecimiento	27
4. PLAN DE MARKETING	28
4.1. Análisis de la situación externa e interna.....	28
4.1.1. Análisis de la situación externa	28
4.1.2. Análisis de la situación interna	33
4.2. Diagnóstico de la situación DAFO.....	37
4.2.1. Fortalezas.....	39



4.2.2. Debilidades	39
4.2.3. Oportunidades.....	39
4.2.4 Amenazas.....	40
4.3. Formulación de los objetivos de Marketing	40
4.3.1. Elaboración y elección de estrategias	40
4.3.2. Segmentación	40
4.3.3. Posicionamiento	41
4.4. Planes de Acción.....	41
4.5. Seguimiento y control del plan de marketing	43
5. PLAN DE PRODUCCIÓN	44
5.1. Mecánica de producción o forma de prestación de servicios.....	44
5.2. Local donde se encontrará la empresa	44
5.3. Equipamiento y suministros del centro.....	48
5.4. Estimación de compras, ventas y costes de los servicios.....	49
5.5. Elección de Proveedores	51
6. PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO	52
6.1. Calculo de las necesidades de inversión	52
6.2. Financiación de las inversiones	52
6.3. Cuenta de resultados para los próximos tres años	53
6.4. Balance de la situación final de cada año.....	54
6.5. Análisis mediante Ratios.....	56
7. CONCLUSIONES	57
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58
ANEXOS.....	61

1.INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

La mayor parte del tiempo estamos expuestos a distintas pantallas como el ordenador, el smartphone, la tablet e incluso la televisión. Pero cuando estamos demasiado tiempo concentrados en una pantalla, el reflejo de pestañar disminuye su frecuencia. Como resultado, se acumula tensión y los ojos se resecan. Entonces guiñamos más los ojos, sentimos pesadez o tenemos dolores de cabeza. Esto hace que cada vez más gente acuda a las ópticas para realizarse una revisión completa de la vista y si es preciso a hacerse unas gafas graduadas o lentes de contacto.

Con este proyecto lo que pretendemos es dar una opción más a los clientes, que conozcan nuestra política de precios así como nuestros productos y servicios, y sus ventajas ante la competencia.

Principalmente nuestros objetivos son:

Dar vida a nuestra empresa consiguiendo el mayor número de clientes y ventas para solventar los gastos de la empresa. CSMòptics, que es el nombre de nuestra empresa, ofrece servicios de calidad con un equipo profesional y una atención personalizada para fidelizar a los clientes y conseguir que nos sigan año tras año, sorprendiéndolos con nuestras promociones y ofertas. También queremos conseguir que CSMòptics tenga una larga vida gracias a una buena administración, adecuándonos a los cambios en el tiempo e innovando día tras día.

Por ello queremos dar a conocer CSMòptics, una opción más en el mercado resaltando nuestra profesionalidad y calidad de nuestros servicios y productos.

2. PRESENTACIÓN DEL EQUIPO HUMANO

2.1. Equipo humano

El factor humano de una empresa constituye su activo más importante, donde las personas han pasado a ser el valor central de la empresa, por tanto una estructura de recursos humanos compenetrada profesionalmente y habituada a trabajar en equipo conforma una de las bases más importantes para el buen desarrollo del negocio.

Si todas las personas que integran una empresa de óptica comparten los mismos objetivos y las mismas metas conseguimos unos mejores resultados, aumentar el valor a los procesos, la satisfacción de los trabajadores, y en definitiva un buen ambiente de trabajo.

Apostando por grandes personas nos convertimos en una gran empresa, si los trabajadores no están bien en la empresa a corto o largo plazo la empresa tampoco lo estará. En este sentido, CSMÒptics.S.L., que será el nombre de nuestra empresa, cuenta con un equipo humano preparado profesionalmente y caracterizado por una gran capacidad de compromiso, integración, trabajo en equipo y con una formación especializada. Además, el alto nivel de flexibilidad y multidisciplinariedad de nuestros profesionales permite afrontar los retos que se plantean día a día con el máximo rigor y seriedad.

2.2. El proceso de dirección en la empresa

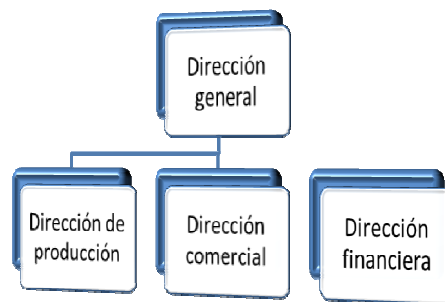
El proceso de dirección es un proceso que permite el cumplimiento de los objetivos planteados por la empresa, consta de una serie de funciones básicas que se explican con más detalle a continuación:

- **Planificación:** Consiste en decidir por anticipado que se quiere hacer en el futuro y cuáles son los medios que van a utilizarse para alcanzarlo; supone una toma anticipada de decisiones y sirve para determinar la estrategia de la empresa.
 - *¿Qué se quiere conseguir?* Darnos a conocer como nuevo negocio, ampliar ventas y competir con otras empresas de nuestro mismo sector.
 - *¿Cómo se va a lograr?* Mejorando los precios, ofreciendo una atención personalizada y profesional y promocionando nuestros productos en anuncios publicitarios de diferente índole.

- ¿Cuáles son los recursos necesarios para ello? Todo ello se conseguirá gracias a la aportación monetaria de los altos directivos.
- **Organización:** Es la parte del sistema de dirección que trata de dotar a la empresa de una estructura que posibilite el desarrollo de las metas y objetivos empresariales, es decir, agrupar actividades de la empresa en unidades operativas y ordenar las relaciones entre dichas unidades, tanto para formalizar los niveles de autoridad entre los distintos niveles jerárquicos y delegar responsabilidades, como para lograr la adecuada comunicación y coordinación entre los componentes de la empresa de óptica para que las funciones desarrolladas respondan al plan común que se persigue.

Se manifiesta en forma de organigrama:

Figura 1: Organigrama del sistema de dirección



Fuente: Autora

Los criterios más comunes para agrupar las actividades o tareas son:

- Conocimiento: Dirección, Óptico-Optometrista, Audioprotesista
- Funcional: De acuerdo a las actividades especializadas o funciones dentro de la empresa: producción, finanzas, comercial, personal.
- Agrupación por productos o divisiones: División de optometría, de contactología, de terapia y audiometría.
- Agrupación por clientes
 - Clientes Infantiles: Con edades comprendidas entre 0-12 años
 - Clientes juveniles: Con edades comprendidas entre 12-25años.
 - Clientes adultos: Con edades a partir de 25 años
- **Dirección de recursos humanos:** Pretende integrar dentro de esa estructura a los individuos que van a trabajar en ella, y conseguir que orienten su comportamiento en la forma adecuada hacia el logro de los objetivos.

- **Control:** Consiste en medir los resultados previstos y compararlos con los esperados, para, a partir de ahí, identificar desviaciones, si las hubiera, así como la forma de corregirlas.

El proceso de control no acaba en ningún caso antes de realizar las correcciones pertinentes.⁽¹⁾

2.3. Las funciones directivas

Las empresas consiguen sus objetivos gracias al esfuerzo coordinado de un conjunto de individuos. En la empresa se dan un conjunto de recursos de diversa índole, algunos tangibles y otros no; para conseguir que trabajen de común acuerdo se necesita introducir el papel de la dirección.

La dirección se ocupa de coordinar e integrar el conjunto de factores productivos que configuran la empresa y, muy especial, a los profesionales que trabajan en ella. La esencia de la tarea directiva consiste en conseguir una actuación conjunta de las personas que componen el centro óptico, dándoles objetivos y valores comunes, una estructura adecuada y la continua orientación que necesitan para responder ante los cambios.

Los diversos niveles directivos forman una pirámide jerárquica dividida en tres partes: la alta dirección, la dirección intermedia y la dirección operativa.

Figura 2: Niveles directivos



Fuente: <http://www.forexeco.com/233-los-niveles-directivos/>

- **La alta direcció** integrada por el presidente y otros directivos clave se ocupan de desarrollar los planes a largo plazo de la empresa. Toman decisiones a nivel tan elevado como las relativas a la elaboración de nuevos productos, la compra de otras empresas. Además, supervisan el funcionamiento general de la empresa.
- **La dirección intermedia** está compuesta por ejecutivos y se ocupan de cuestiones específicas. Elaboran planes y procedimientos detallados para llevar a la práctica los planes generales de la alta dirección. Se ocupa, por ejemplo, de determinar el número de comerciales que ha de trabajar en cierta área, seleccionar una plantilla de producción. Además supervisa la dirección operativa.
- **La dirección operativa**, incluye a todos aquellos que son responsables directamente de asignar trabajadores a trabajos específicos y evaluar sus resultados diariamente. Se encarga de poner en acción los planes desarrollados por los mandos intermedios y se encuentra en contacto directo con los trabajadores. ⁽²⁾

2.4. Organización: Definición de tareas

Nuestro equipo humano está constituido por:

- Alta dirección, Dirección intermedia y Dirección Operativa: Director y Subdirector
- Servicio de administración y finanzas: Director, Subdirector y Óptico-Optometrista (socios)
- Servicio de óptica-Optometría y Contactología: Óptico-Optometrista
- Servicio de terapia visual: Óptico-Optometrista
- Servicio de audiometría: Audioprotesista titulado.
- Servicio de gestión de clientes: Tres comerciales
- Servicio de de gestión del establecimiento: Director, óptico-Optometrista, Audioprotesista y comerciales.
- Servicio de limpieza y mantenimiento

Dirección Operativa

El directivo de una pequeña o mediana empresa, como es el caso de CSMÒptics.S.L., necesita desarrollar los conocimientos y competencias precisas que le permitan tener una relación clara y fluida con los responsables de las distintas áreas funcionales de su organización, como son la optometría, la audiometría y la atención al cliente, además de con los consultores y profesionales externos que le van a dar servicio, como son proveedores, empresas de limpieza y mantenimiento, etc.

Papeles interpersonales:

- Emprendedor: Innova, identifica y crea nuevas oportunidades, reuniendo y coordinando nuevas combinaciones de recursos para extraer los máximos beneficios de sus innovaciones en un entorno incierto.
- Mantener conectados el propósito, la meta y el enfoque
- Construir confianza y compromiso entre los trabajadores
- Gestionar las relaciones externas: Con los diferentes proveedores, y empresas cooperativas.
- Recepción y comunicación de información: Es el trabajo fundamental del directivo, busca información tanto en el exterior como en el interior de la empresa. Difunde la información al interior de la empresa, intercambiando información profesional entre los trabajadores de la óptica. Actúa también como portavoz transmitiendo información al exterior orientada hacia los clientes, gabinetes de prensa, publicidad...
- Análisis de problemas: Valorar la importancia de ellos, priorizarlos y clasificarlos para que sean resueltos por distintas partes de la óptica, es decir, si se detecta un problema con la adaptación a la graduación de un cliente, se ocupará de ello el óptico optometrista. Si el problema se encuentra en la gestión del stock de los productos de tienda se ocuparán de ello los comerciales.
- Toma de decisiones: Decide quién hace qué o quién obtiene qué.
- Negociador⁽³⁾

Servicio de administración y finanzas

El servicio de administración y finanzas tiene como objetivo:

- Elaborar, tramitar, clasificar y archivar comunicaciones y documentos.
- Realizar la gestión contable y fiscal, la gestión de tesorería, administrativa y comercial.
- Realizar estudios de viabilidad y gestión del personal

Servicio de óptica-Optometría y Contactología: Óptico-Optometrista

En la práctica clínica habitual, el profesional detecta y trata disfunciones visuales tanto refractivas (miopía, hipermetropía, astigmatismo y presbicia) como funcionales (estrabismos, ambliopías, problemas acomodativos y binoculares, perceptivo-visuales, visomotores y oculomotores). Así mismo identifica las alteraciones de la salud visual y detecta, valora y prescribe el tratamiento apropiado.

Los objetivos principales son:

- Valorar el motivo principal de la visita y las pruebas a realizar.
- Determinar la agudeza visual del paciente.
- Valorar los exámenes refractivos, de acomodación y binocularidad.
- Valorar los exámenes de salud ocular. Medir los niveles de presión intraocular.
- Valorar los resultados de los exámenes realizados para determinar el diagnóstico del caso.
- Planificar el tratamiento.
- Planificar las pruebas a realizar en el seguimiento del error refractivo y las disfunciones de la acomodación y binocularidad.

Después de la realización de un examen clínico completo y el conocimiento de los diferentes materiales y diseños de las lentes de contacto el óptico-optometrista selecciona la lente más adecuada para cubrir las necesidades de nuestro cliente. También se le facilitará instrucciones y consejos de manipulación de la lente y de las soluciones de mantenimiento así como la enseñanza in-situ de su inserción y extracción.

Los objetivos principales para la adaptación de unas lentes de contacto son:

- Valorar la motivación por el uso de las lentes de contacto del cliente
- Valorar los parámetros oculares del cliente.
- Determinar los parámetros de la lente de prueba.
- Observar el comportamiento de la lente de prueba.
- Definir los parámetros de la lente definitiva a partir de la valoración de la lente de prueba.
- Conocer los diferentes sistemas de mantenimiento.
- Enseñar al cliente la inserción y extracción de las lentes.
- Seguimiento de la adaptación.^{(4),(5)}

El óptico-optometrista aparte de ser el profesional sanitario especialista en la prescripción de las correcciones ópticas adecuadas a las necesidades de cada cliente debe dominar de una serie de técnicas para la correcta adaptación de una montura y sus lentes oftálmicas.

Los objetivos de una correcta adaptación son:

- Conocer los últimos avances en óptica oftálmica y los materiales y diseños de la montura.
- Utilizar los instrumentos adecuados para la selección de las lentes y la montura.

- Medir correctamente los parámetros de adaptación de gafas.
- Dominar el montaje de gafas.
- Controlar las prescripciones realizadas en el taller y analizar sus repercusiones.
- Adaptar y entregar las gafas al cliente explicándole con claridad las condiciones de uso y advertir los posibles síntomas transitorios.⁽⁵⁾

Servicio de terapia visual: Óptico-Optometrista

En diferentes ocasiones el óptico-optometrista deberá aplicar diferentes estrategias para solucionar problemas relacionados con la eficacia visual, estrabismos, ambliopías, aprendizaje, etc.

Los objetivos de la terapia visual son:

- Identificar los diferentes problemas visuales que puedan afectar al óptimo rendimiento del paciente.
- Planificar un examen clínico para detectar problemas de eficacia visual, aprendizaje, estrabismos o ambliopías.
- Aplicar diferentes técnicas y procedimientos para el tratamiento de dichos problemas.
- Planificar un programa de entrenamiento visual.
- Valorar la efectividad de las diferentes técnicas e instrumentos de entrenamiento.
- Seguimiento del caso.⁽⁶⁾

Servicio de audiometría: Audioprotesista titulado.

El audioprotesista es un profesional sanitario autorizado para seleccionar y adaptar audífonos a las personas que lo necesiten, realizando una evaluación audiológica completa con pruebas auditivas pertinentes para valorar cuáles son las necesidades específicas y el audífono más conveniente.

Además de la selección y adaptación de los audífonos el audioprotesista efectúa el seguimiento del usuario y el mantenimiento del aparato.

Los objetivos de una audiometría son:

- Realización de un cuestionario sobre antecedentes familiares, exposición a ruidos en el entorno laboral o social, u otros factores que permitan analizar mejor el problema auditivo.

- Audiometrías para la determinación de umbrales de audición o el grado de pérdida auditiva, así como la calidad auditiva de que dispone la persona.
- Valorar los resultados
- Seleccionar el audífono más conveniente para la persona.
- Finalmente se ajusta el audífono a las necesidades del paciente mediante un analizador. Se realizan nuevamente pruebas audiométricas para comprobar su correcto funcionamiento.
- Control técnico y de mantenimiento para reajustar el audífono.⁽⁷⁾

Servicio de gestión de clientes: Tres comerciales

Se encargarán de la atención personalizada a clientes que entren en nuestro centro:

Los objetivos de los comerciales serán:

- Desarrollar técnicas de gestión de clientes.
- Recibir a los clientes y escuchar sus necesidades.
- Identificar los diferentes perfiles de clientes y seleccionar el tipo de comunicación a aplicar.
- Atención a clientes después de la realización de un examen visual en nuestro centro, o a clientes que ya traigan una receta con la corrección óptica necesaria, a los cuales se les ofrecerá la opción de comprobar si esa prescripción es correcta.
- Realización de ventas. Ayudar y aconsejar al cliente en la elección de una montura y lentes oftálmicas adecuadas.
- Atención a clientes que necesiten información sobre los últimos modelos de monturas o sobre los diferentes tipos de lentes oftálmicas.
- Ayuda a clientes que necesiten una montura solar. Aconsejando sobre los diferentes tipos de protección, coloraciones e intensidades de la lente, así como también las diferentes firmas y modelos de monturas solares.
- Información sobre los diferentes productos que se ofrecen en nuestro establecimiento.
- Información de las promociones y precios que disponemos.
- Entregar pedidos de lentes de contacto, monturas, reparaciones, etc.
- Adaptar y entregar las gafas al cliente explicándole con claridad las condiciones de uso y advertir los posibles síntomas transitorios.

Servicio de de gestión del establecimiento

La gestión de un establecimiento consiste en asumir la responsabilidad de conducir dicho establecimiento (dentro de un marco de reglas, procedimientos, aspectos legales y éticos) hacia objetivos concretos y en tiempos específicos, planificando las actividades que se consideren necesarias, organizando los recursos disponibles, dirigiendo a las personas y controlando que lo planificado se vaya cumpliendo o adaptando a las realidades del mercado.

Tanto la dirección como el óptico-optometrista y los comerciales se encargaran del servicio de gestión del establecimiento en diferentes niveles, teniendo como objetivos:

- Diseñar estrategias de gestión eficientes para el manejo del centro logrando un aprovechamiento más efectivo de los recursos de los que disponemos.
- Conocer las diversas áreas de la empresa: Gestión de recursos humanos, contabilidad, finanzas, marketing sanitario y comercial. Determinar el peso específico de cada uno de ellos para el correcto funcionamiento de la óptica.
- Desarrollar habilidades necesarias para liderar, dirigir y gestionar el equipo humano y el centro.
- comprender el proceso de control y seguimiento de la gestión
- Entender los sistemas de valoración y de resultados.

Servicio de limpieza y mantenimiento

Es muy importante mantener nuestro centro siempre limpio y organizado, para ello contaremos con la colaboración de empresas de limpieza y mantenimiento que nos facilitaran personas cualificadas para ello.

3. PLAN JURÍDICO FORMAL

3.1. Forma jurídica elegida

SOCIEDAD LIMITADA. NUEVA EMPRESA

Tabla 1: Forma jurídica

Nº de socios	Responsabilidad	Capital	Fiscalidad
Tres (Director, subdirector y óptico- Optometrista)	Limitada al capital aportado	Mínimo: 3012€	Impuesto sobre sociedades

Fuente: Autora

- **Descripción:** Es una especialidad de la sociedad limitada
- **Responsabilidad:** Limitada al capital aportado.
- **Número de socios:** El número máximo de socios en el momento de la constitución se limita a cinco, que han de ser personas físicas. En el caso de esta empresa los socios son tres, El director, el subdirector y el óptico-optometrista.
- **Capital:** El capital social mínimo, que deberá ser desembolsado íntegramente mediante aportaciones monetarias de los socios y préstamos bancarios, en el momento de constituir la sociedad, es de 3.012€.
- **Denominación social:** La denominación social estará formada por los dos apellidos y nombre de uno de los socios fundadores y de un código alfanumérico seguido de las palabras "Sociedad Limitada Nueva Empresa" o la abreviación "SLNE". Este código alfanumérico se denomina ID-CIRCE. Este sistema asegura que la certificación de la denominación social se obtenga de manera inmediata. El proceso de asignación del ID-CIRCE es completamente telemático, se genera automáticamente cuando se realiza la tramitación telemática de la sociedad.
- **Marco legal:**

R.D. 682/2003, de 7 de junio, por el que se regula el Sistema de Tramitación Telemática.

Orden JUS/1445/2003, de 4 de junio, por el que se aprueban los Estatutos Orientativos de la Sociedad Limitada Nueva Empresa.

Orden ECO/1371/2003, de 30 de mayo, por la que se regula el procedimiento de asignación del Código ID-CIRCE.

Ley 24/2005, de 18 de noviembre de reformas para el impulso de la productividad.

Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.

Ley 25/2011, de 1 de agosto, de reforma parcial de la Ley de Sociedades de Capital y de incorporación de la Directiva 2007/36/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de julio, sobre el ejercicio de determinados derechos de los accionistas de sociedades cotizadas.

(8)

3.2. Trámites administrativos genéricos

- Registrar el nombre de la empresa en el Registro Mercantil Central, el cual nos proporcionará el Certificado Negativo de Denominación Social
- Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa donde ingresaremos el capital mínimo de 3,012€. El banco nos aportará el certificado de Ingreso.
- Redacción de los estatutos sociales: Normas que deberá regir nuestra empresa
- Escritura pública de la constitución: Se realiza ante un notario y se necesitan los estatutos sociales de la empresa, el certificado de la negativa del Registro Mercantil, el certificado del banco del capital social aportado y el D.N.I. de cada uno de los tres socios.
- Trámites en Hacienda:
 - Obtención del Número de Identificación Fiscal (N.I.F.) provisional
 - Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E.)
 - Declaración censal de I.V.A.
- Inscripción en el Registro Mercantil donde se deberá aportar la copia auténtica de la escritura de la sociedad, la certificación negativa de denominación social y una copia del N.I.F. provisional de la empresa.
- Obtención del N.I.F. definitivo ⁽⁹⁾

3.3. Otros trámites

- Formalización de los contratos de trabajos: Una vez seleccionadas las personas que van a ocupar los diferentes puestos del establecimiento de óptica y después de darlas de alta en la Seguridad Social, será necesario formalizar los correspondientes contratos de trabajo, que cuando se realicen por escrito deberán registrarse en la Oficina de Empleo.

En la tabla 2 encontramos los salarios de cada trabajador. Del cual se habrá de restar el porcentaje correspondiente de la seguridad social y el IRPF (Impuesto sobre la Renta de Personas Físicas).

Tabla 2: Salarios (Bruto)

PUESTO DE TRABAJO	NÓMINA (Bruto)
Director y subdirector	2500 y 2000€
Óptico-optometrista	1500€
Audioprotesista	1500€
3 Comerciales	1000€
TOTAL NOMINAS (Cada Mes)	8.500€

Fuente: Autora

- Arrendamiento de locales: El ejercicio de nuestra actividad laboral se desarrollará en locales que no nos pertenecen y cuyo derecho de uso se obtendrá mediante el correspondiente contrato de arrendamiento. Los contratos de arrendamiento de locales de negocio llevarán consigo el depósito, por parte del arrendatario, de una fianza equivalente a dos mensualidades de renta, la cual sería de 5000€, (2500€/mes; 30.000€/año).
- Nombre comercial y rótulo del establecimiento
 - Nuestra empresa tiene como nombre comercial **CSMÒptics S.L** que servirá para identificar a una persona física o jurídica en el ejercicio de su actividad empresarial y que distinga su actividad de las actividades idénticas o similares.

- El rótulo de establecimiento sirve para darse a conocer al público y para distinguirlo de otros destinados a actividades idénticas o similares.⁽¹⁰⁾

Figura 3: Rótulo del establecimiento



Fuente: Autora

3.4. Permisos y licencias

Se entiende por establecimiento de óptica, de acuerdo con lo que establece el Decreto 126/2003, el centro o servicio que, bajo la dirección, supervisión y responsabilidad profesional de un óptico u óptico optometrista, lleve a cabo alguno de las siguientes actividades o funciones:

- Examen de la capacidad visual del individuo mediante pruebas optométricas y determinación de los medios ópticos adecuados para su mejora.
- Corte, montaje, adaptación, suministro, venta, verificación y control de los medios ópticos adecuados para la prevención, protección y mejora de la agudeza visual.
- El resto de funciones que sean procedentes de acuerdo con la habilitación y la capacitación que otorgue al óptico u óptica su titulación académica.

Se considera una actividad cualificada y por ello requiere adoptar medidas correctoras sanitarias, de seguridad y/o medioambientales.

3.4.1. Autorización inicial de los establecimientos de óptica y de las modificaciones posteriores.

Con el fin de poder garantizar la protección de la salud ocular de las personas, nuestro establecimiento de óptica ubicada en Barcelona tiene que disponer de la autorización de apertura y funcionamiento que otorga el Departamento de Salud.

3.4.2. Autorización de apertura y funcionamiento

La autorización se puede solicitar en cualquier momento, pero se tiene que obtener antes de iniciar la actividad. Para ello se necesita los siguientes requisitos:

- **Titulación y recursos humanos:** La dirección, supervisión y responsabilidad de las funciones que establecen “el artículo 2 del Decreto 126/2003”¹ han de recaer en un óptico u óptica optometrista debidamente colegiado que asuma su dirección técnica. Solo puede ser director técnico o directora técnica de un único centro o servicio de óptica. Durante el horario en que la óptica esté abierta al público es necesario que esté presente en esta al menos un óptico u óptica optometrista colegiado. La ausencia provisional del director técnico o directora técnica ha de ser cubierta por un óptico u óptica optometrista, debidamente colegiado, que debe responsabilizarse de las funciones determinadas en el artículo 2 del Decreto 126/2003.
- **Instalaciones y equipamiento:** Los establecimientos de óptica tienen que cumplir los requisitos técnicos y sanitarios recogidos en “el artículo 6 del Decreto 126/2003”², de 13 de mayo:
 - En el acceso principal de la óptica tiene que haber un letrero donde figure, con caracteres visibles la palabra “Óptica”. Asimismo, debe existir una placa situada en la entrada del local en la cual figuren el nombre completo de la persona que ejerce la dirección técnica y su número de colegiación.
 - La superficie de la óptica podrá estar en una o más plantas comunicadas directamente entre ellas y tiene que contar, en función de las actividades que se lleven a cabo en el establecimiento o en la sección, con las siguientes zonas, delimitadas y separadas entre ellas:
 - Zona de atención al público
 - Zona de optometría, contactología y terapia visual.
 - Zona de audiometrías
 - Zona de taller
 - Zona de almacén
- **Condiciones higienicosanitarias:** Las condiciones higienicosanitarias de las ópticas y de todas y cada una de sus zonas o dependencias tienen que ser en todo momento las óptimas para dar una asistencia correcta y adecuada.

¹ **ANEXO I :** *DECRET 224/2013, de 10 de setembre, pel qual es modifica el Decret 126/2003, de 13 de maig, pel qual s'estableixen els requisits tecnicosanitaris dels establiments d'òptica.*

² **ANEXO I :** *DECRET 224/2013, de 10 de setembre, pel qual es modifica el Decret 126/2003, de 13 de maig, pel qual s'estableixen els requisits tecnicosanitaris dels establiments d'òptica.*

- **Registros de actividad y de mantenimiento:** Bajo la responsabilidad del director técnico o la directora técnica, las ópticas deben llevar los siguientes registros:
- El libro de registro diario de las prescripciones ópticas realizadas.
 - El registro individualizado por cliente de los resultados obtenidos en las evaluaciones de la capacidad visual realizadas en la óptica, mediante la realización de pruebas optométricas.
 - El registro de las operaciones de calibración y mantenimiento de todo el equipamiento y utillaje que lo requiera.
 - Tasas: - Para solicitar la autorización de apertura y funcionamiento: **250,95 euros**.
 - El pago tiene que hacerse de forma previa a la solicitud.

El precio de la licencia de apertura de la actividad es de 2.250,95€ en total, siendo 2000€ el coste del proyecto y 250,95€ el coste de las tasas municipales.^{(9), (11)}

Organismo responsable: Departamento de Salud y Dirección general de ordenación y regulación sanitarias.

3.4.3. Notificar las modificaciones que afecten al cambio de responsable técnico, denominación y titularidad del establecimiento

Las modificaciones que requieren autorización (modificaciones estructurales: modificaciones que afectan al emplazamiento de las instalaciones y los cambios de titularidad del establecimiento de óptica) han de solicitarse al órgano competente que tendrá que autorizarlas antes de que se pongan en funcionamiento o sean efectivas. En el caso de las modificaciones sujetas a comunicación (modificaciones no estructurales: modificaciones que no afectan al emplazamiento de las instalaciones y no supongan un cambio de titularidad del establecimiento) se pueden llevar a cabo una vez presentada esta comunicación sin tener que esperar la respuesta de la administración.⁽¹²⁾

4. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que toda empresa competitiva en el mercado debe utilizar, es un factor clave para minimizar riesgos y evitar el desperdicio de recursos y esfuerzos. Proporciona una visión clara de los objetivos que se quieren alcanzar y a la vez informa de la situación en la que se encuentra la empresa y el entorno en el que se enmarca.

No se puede elaborar una estrategia sin haber definido antes los objetivos que se quieren alcanzar y resultaría inútil fijar estos objetivos sin conocer las oportunidades y amenazas del mercado o aquellos puntos en los que la empresa se encuentra en una posición más débil o fuerte.

4.1. Análisis de la situación externa e interna

4.1.1. Análisis de la situación externa

Consiste en el análisis del entorno, del mercado y de la competencia.

4.1.1.1. Análisis del entorno:

Elementos externos no controlables que pueden afectar a la actividad de la empresa de un modo indirecto. Estos son:

Entorno físico o natural:

Para la localización de CSMÒptics.S.L se escoge la ciudad de Barcelona, concretamente el distrito de Sant Andreu.

Barcelona, capital de Cataluña, situada entre mar y montaña tiene la reputación de ser la ciudad más cosmopolita, vanguardista y moderna de España. Reconocida como una ciudad mundial por su importancia cultural, financiera, comercial y turística.

Barcelona, con una población, a 1 de enero del año 2012, de 1.620.943 habitantes, está distribuida territorialmente en diez distritos, que permiten una administración de la ciudad más descentralizada y próxima a la ciudadanía. Los diez distritos de la ciudad, divididos por razones históricas son Ciutat Vella, Eixample, Sants-Montjuïc, Les Corts, Sarrià-Sant Gervasi, Gràcia, Horta-Guinardó, Nou Barris, Sant Andreu y Sant Martí.

Al mismo tiempo, cada distrito está formado por diversos barrios que tienen una marcada personalidad y una tradición histórica. ⁽¹³⁾

Figura 4: Distritos de Barcelona



Fuente: <http://elblogdetuico.blogspot.com.es/2013/01/barcelona.html>

Entorno demográfico: El análisis de la población en el distrito de Sant Andreu en 2012 es de un total de 146.963 personas, siendo hombres un 47,7% y mujeres un 52,3%, la mayoría de habitantes tienen edades comprendidas entre 30 y 65 años de edad, lo cual nos orienta hacia qué tipo de línea de productos debemos dirigirnos.^{(14),(15)} La renta per cápita de Sant Andreu en 2012 es de 13.790€ que ha disminuido respecto al año anterior, con lo cual este dato nos orientara sobre la línea de precios que podrían ser factibles a la hora de ofrecer nuestros productos.⁽¹⁶⁾

Figura 5: Población del distrito de Sant Andreu

1. Población de Sant Andreu

1. Evolución del distrito según sexo. 1991-2012

	1991	%	1996	%	2001	%	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%	2010	%	2011	%	2012	%
TOTAL	144.998	100,0	135.579	100,0	136.024	100,0	144.896	100,0	143.756	100,0	146.524	100,0	147.573	100,0	147.374	100,0	146.956	100,0	146.963	100,0
Hombres	69.922	48,2	64.662	47,7	64.573	47,5	69.160	47,7	68.594	47,7	70.139	47,9	70.902	48,0	70.637	47,9	70.189	47,8	70.153	47,7
Mujeres	75.076	51,8	70.917	52,3	71.451	52,5	75.736	52,3	75.162	52,3	76.385	52,1	76.671	52,0	76.737	52,1	76.767	52,2	76.810	52,3

Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona.

Fuente: Padró Municipal d'Habitants 1991 i 1996.

Cens de Població i Habitatges 2001. Institut Nacional de Estadística. Institut d'Estadística de Catalunya.

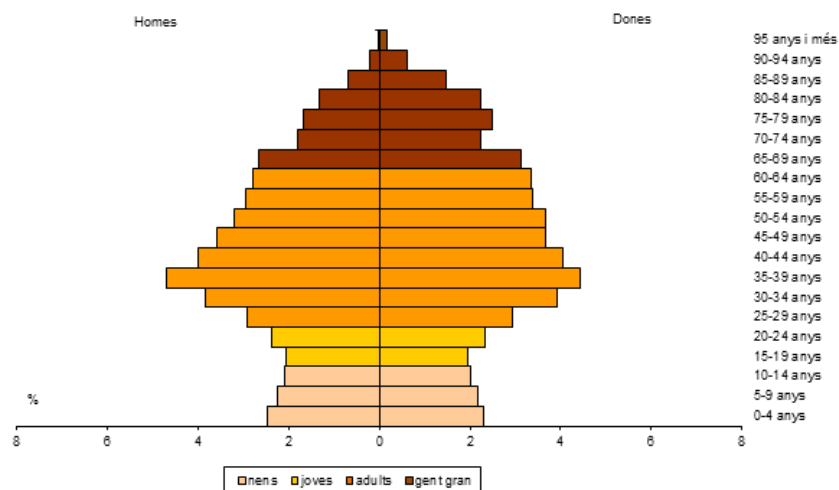
Del 2006 en adelante lectura del Padró Municipal de Habitants a 30 de junio de cada año.

Fuente: Departamento de estadística. Ayuntamiento de Barcelona. Padrón Municipal de Habitantes 1991 y 1996

Figura 6: Piràmides de edad por districtes

2. Piràmides de edad por districtes. 2013

9. Sant Andreu



Fuente: Departamento de estadística. Ayuntamiento de Barcelona.

Entorno económico: El desempleo, el tipo de interés, los índices de producción y el poder de compra de los consumidores son los que fijan la evolución de los precios ya que a precios más altos menor número de consumidores comprarán nuestros productos, con lo cual debemos ofrecer productos de buena calidad y a buen precio.

Entorno tecnológico: El desarrollo tecnológico es un factor determinante para nuestra óptica que se traduce en una nueva y sofisticada maquinaria para llevar a cabo nuevos procesos de fabricación de lentes oftálmicas y monturas, las cuales obtendremos a través de diferentes proveedores.

Entorno político y legal: Desde hace unos años el sector de la Óptica se incluye dentro del marco legislativo de la sanidad, y es una disciplina más dentro de ella, haciendo que los establecimientos de ópticas se incluyan como establecimientos sanitarios.

Por otro lado, existe una normativa en cuanto a la fabricación de productos ópticos y su venta, en la que se deben respetar unos criterios específicos según sea la lente, la graduación, la montura, etc. y a su vez una normativa que establece el marcado de lentes y monturas, en las que debe aparecer la certificación europea y el calibre entre otras cosas. Con lo cual debemos de ser conscientes de estas normas.

4.1.1.2. Análisis de mercado

El envejecimiento de la población, los ordenadores, la salud... Son muchas las razones del aumento de la demanda de los servicios ópticos por ello el sector de la óptica ha experimentado en los últimos años un importante crecimiento en cuanto al número de establecimientos.

Las monturas graduadas y las monturas de sol han pasado de ser un producto que se utilizaba por necesidad, para solventar problemas de visión, a utilizarse como un complemento de moda, que expresa los gustos y el estilo del consumidor.

Esta evolución se debe en parte al nacimiento de las grandes cadenas de ópticas, donde cuentan con una gran variedad de productos y con un rango de precios muy amplio. Estas cadenas han fomentado la venta de productos ópticos como complementos de moda gracias a las promociones de venta y las líneas de gafas de marca del distribuidor. Así los consumidores pueden comprar distintas gafas a precios mucho más bajos de los habituales.

4.1.1.3. Análisis de la competencia

En la actualidad el mercado de la óptica en España está compuesto por ópticas independientes, grupos de imagen, grupos de compra, franquicias y establecimientos especializados con diseños novedosos.

Las acciones que vamos a realizar orientadas a la conquista del mercado, se ven contrarrestadas por las acciones de nuestros "rival", por ello debemos de diferenciar y clasificar a nuestros competidores.

➤ COTTET ÓPTICA

Ofrece un servicio de salud visual, salud auditiva, salud solar, baja visión y adaptación de lentes de contacto

Sus productos incluyen monturas, lentes oftálmicas, lentes de contacto, gafas deportivas y gafas de sol.

Sus promociones son: Por la compra de cualquier pareja de lentes oftálmicas Varilux, se regala una segunda pareja de lentes Varilux

Ofrece también seguros, garantías, pago aplazado y servicio a domicilio.⁽¹⁷⁾

➤ ÓPTICA UNIVERSITARIA

Ofrece un servicio de salud visual, salud auditiva, salud solar y adaptación de lentes de contacto.

Sus productos incluyen monturas, lentes oftálmicas, lentes de contacto y soluciones de mantenimiento, gafas deportivas y gafas de sol.

Su política de precios es inferior a los precios de mercado de cada producto.

Sus promociones de primavera son:

- Montura de la marca Smith + lentes oftálmicas: Monofocales a 69€ y progresivos 119€
- Montura de la marca Timberland + lentes oftálmicas con antirreflejante: Monofocales por 85€ y progresivos a 135€
- Montura de la marca Marc by Marc + lentes oftálmicas con antirreflejante: Monofocales por 85€ y progresivos a 135€
- Montura de marca personalizada + lentes oftálmicas solares: Monofocales por 55€ y progresivos 109€
- Por la compra de una pareja de lentes oftálmicas progresivos Varilux de regalo otra pareja de lentes oftálmicas ocupacionales Varilux.
- Prueba de lentes de contacto gratuita.
- Revisión auditiva gratuita
- 1 año de pilas gratuitas por la compra de un audífono de gama alta.⁽¹⁸⁾

➤ MULTIÓPTICAS

Ofrece servicios de salud visual, salud auditiva, salud solar y adaptación de lentes de contacto.

Sus productos incluyen monturas, lentes oftálmicas, lentes de contacto y gafas de sol.

Sus promociones son:

- Monturas de marca personalizada + lentes oftálmicas con antirreflejante por 67€
- Monturas de marca personalizada + lentes oftálmicas progresivas de alta gama por 197€
- Gafas solares de marca personalizada por 29€
- Gafas de sol polarizadas por 49€⁽¹⁹⁾

➤ VISTA ÓPTICA

Ofrece servicios de salud visual, salud auditiva, salud solar y adaptación de lentes de contacto.

Sus productos incluyen monturas, lentes oftálmicas y lentes de contacto.

Sus promociones actuales son:

- Revisión auditiva gratuita
- 30% descuento en audífonos y 5 años de pilas gratuitas.
- Monturas+ lentes oftálmicas monofocales orgánicas por 49€
- Montura de la marca Vogue + lentes oftálmicas monofocales desde 109€
- Montura + lentes oftálmicas con antirreflejante progresivas por 149€
- 2x1 en progresivos varilux
- Montura infantil + lentes oftálmicas orgánicos endurecidos 68€
- Monturas de la marca DKNY + lentes oftálmicas solares: Monofocales por 99€ y progresivos 199€⁽²⁰⁾

La principal amenaza que encontramos en el apartado de competencia directa son las posibles barreras de entrada que pueda ocasionar este sector. Con nuestra entrada al mercado, otras empresas ya consolidadas podrían reaccionar con cambios en el precio que les favorecieran fácilmente, por lo tanto nuestros productos y servicios deben tener algún punto de innovación y de valor añadido respecto a los rivales.

Como podemos observar todos los comercios de óptica que nos rodean ofrecen los mismos servicios y productos, y sus promociones son muy parecidas con precios que oscilan entre 50-60€ en montura más lentes oftálmicas monofocales y 110-150€ en montura más lentes oftálmicas progresivos. Estos datos nos ayudaran a fijar nuestros precios finales.

Nuestra óptica aparte de ofrecer los mismos productos y servicios que los de la competencia ofrece también la medida de la presión intraocular gracias a la disposición de la maquinaria necesaria y también ofrece servicios de terapia visual para la mejora de la habilidad visual.

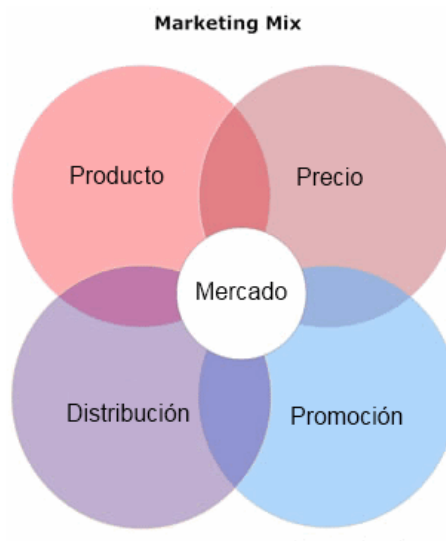
4.1.2. Análisis de la situación interna

Para que nuestro proyecto sea posible y se vea reflejado en unos productos de calidad, es esencial la buena organización de la empresa a nivel interno, y sus relaciones a nivel externo, ya que la buena relación con los diferentes proveedores será esencial para obtener buenos resultados.

4.1.2.1. El Marketing-mix

El Marketing-Mix es un análisis de cuatro variables básicas de la actividad de nuestra empresa, producto, precio, distribución y promoción.

Figura 7: Marqueting Mix



Fuente: <http://www.e-economic.es>

4.1.2.1.1. Producto

Disponemos de una gran variedad de productos expuestos a nuestros clientes para satisfacer sus gustos y expectativas en medida de lo posible, estos son:

- Monturas solares y de graduado de diferentes marcas: Luxottica, Safilo, Marcolin y De Rigo
- Cristales de diferentes fabricantes: Prats, Zeiss y Essilor
- Lentes de Contacto y soluciones de mantenimiento: Bausch and Lomb, Alcon, Cooper Visión y Johnson and Johnson.
- Audífonos de diferentes gamas
- Otros: Como forniture, recambios de torillos y plaquetas, etc.

Reconocemos también los componentes de nuestros productos así como:

- La función básica o utilidad que ofrece y la necesidad que satisface: Montura, cumplimiento de normas sociales y de salud.

- Sus características objetivas: Material, diseño, forma, marca, color, etc.
- Los servicios incorporados al producto: Financiación, Reparto a domicilio, garantías, posibilidad de devolución, etc.
- Y sus valores simbólicos apreciados por cada cliente y relacionado por lo general con la imagen de la marca, como: el nivel social, el estilo de vida, la calidad, la imagen, etc.

Garantías: Disponemos de tres tipos de garantías

- Garantía de adaptación al progresivo: El cliente dispondrá de 2 meses para su adaptación al progresivo, en caso de una inadaptación procederemos a la mejor solución para el cliente.
- Garantía de Rotura: Cubre un 50% del coste total de la pieza rota durante los 6 primeros meses.
- Garantía por defecto de fabricación: Ofrecemos 2 años de garantía por defecto o imperfecciones de fabricación.

Nuestros servicios son:

- Atención personalizada: gracias a nuestros comerciales que atenderán y asesorarán lo mejor posible a nuestros clientes.
- Revisiones optométricas: Para así tener valores actuales y adecuados de la graduación. En caso de que algún cliente acuda a nuestro centro con la graduación del oftalmólogo ofreceremos comprobar dicha graduación para cerciorarnos que todo está correcto.

Las revisiones optométricas incluyen:

- Anamnesis
- Medida de la agudeza visual
- Pruebas preliminares (según la demanda del caso): Motilidad Ocular, Medida de desviaciones verticales y horizontales, PPC, etc.
- Exámenes objetivos y subjetivos: Retinografía/Autorefractometría y Subjetivo
- Test de visión del color
- Salud ocular

- Medida de la Presión Intraocular (PIO): Gracias a la disposición del Tonómetro, aparato con el cual se mide la presión intraocular: Pedir hora con el oftalmólogo puede tardar semanas e incluso meses en algunos casos por ello facilitamos a nuestros clientes esta opción ya que el aumento de la PIO es el principal factor de riesgo para que se desarrolle el glaucoma.
- Adaptación de lentes de contacto: Realizaremos una revisión completa de la vista donde obtendremos la graduación, los parámetros, el uso y el material de la lente que deberemos utilizar para la adaptación. Seguidamente adaptaremos al cliente una lente de contacto de prueba durante una o dos horas, después de las cuales haremos una revisión para comprobar que la graduación, el tamaño, el centrado y el movimiento de la lente son correctos. Si todos estos parámetros son correctos enseñaremos al cliente la colocación y extracción de la lente. Continuaremos con una prueba más larga donde el cliente podrá llevarse las lentes de contacto a casa para usarlas durante unos 10-15 días aumentando el número de horas de uso, durante este tiempo el cliente deberá valorar cómo ve con la lente y su comodidad, todo esto nos lo hará saber en una última revisión.
- Terapia Visual: Muchas veces unas gafas o unas lentes de contacto no son la solución para todos nuestros problemas visuales. Un problema visual puede estar enmascarado por otro problema en otra área y viceversa. Estos problemas visuales son problemas en la funcionalidad del sistema visual, nuestros ojos pueden estar sanos, pero el sistema no es eficaz por diferentes motivos (problemas acomodativos, de coordinación entre ambos ojos, ojo vago, estrabismo, problema perceptivo para procesar la información del entorno). Nuestro sistema visual no funciona bien y hay que enseñarle a hacerlo correctamente y esto se consigue mediante la terapia visual optométrica.
- Audiología: La contaminación medioambiental por el ruido hace que, cada hora y cada día que pasa, aumenten las patologías relacionadas con el órgano auditivo. Por este motivo ofreceremos una revisión completa del oído gracias a un audioprotesista cualificado y a la maquinaria necesaria para la realización de las pruebas.
- Taller de montaje: Dado que somos una empresa pequeña que está empezando dispondremos de una zona del local para el montaje de las gafas y diferentes arreglos que sean necesarios.

4.1.2.1.2. Estrategia de Precios

Los precios serán iguales o más bajos que la competencia, en medida de lo posible, manteniendo una excelente calidad en los productos ya que es la principal razón de compra.

- Las revisiones visuales y auditivas serán gratuitas
- Ofreceremos los precios más bajos que nos sean posibles.
- Aplicaremos un 10% de descuento a estudiantes, jubilados y personas que estén en el paro.
- Adoptaremos un acuerdo con la sección de oftalmología de la clínica Sant Jordi, que se encuentra muy cercana a nuestro centro (Plaza de la Estacion, 12), en el que aplicaremos un 10% de descuento a los pacientes que acudan a nuestro centro.
- Ofreceremos promociones:

Montura + lentes oftálmicas con antirreflejante por 60€ monofocales y 110€ progresivos.

Por la compra de monturas de una marca específica aplicaremos descuento en sus lentes de contacto que adquieran el mismo día.

Plan de Lanzamiento:

- Obsequio de gamuzas y estuches a todas las personas que entren a nuestro centro. (Durante el primer mes o hasta finalizar existencias)
- El día de la apertura del centro ofreceremos una gran promoción: A los 100 primeros clientes que compren una montura con sus cristales graduados regalaremos una montura de sol (a escoger entre ciertos modelos).

4.1.2.1.3. Distribución

En nuestro caso la distribución que realizaremos será el envío de las gafas a domicilio previamente escogidas y adaptadas al cliente. Solo realizaremos envíos dentro del territorio español.

Para realizar los envíos contaremos con la colaboración del servicio de paquetería ChronoExpres

4.1.2.1.4. Promoción/comunicación

Nos promocionaremos con anuncios de televisión, radio y folletos los cuales comentaremos con más detalle más adelante

4.2. Diagnóstico de la situación DAFO

Es una metodología de estudio de la situación de nuestra empresa donde se analizan características internas (Fortalezas y Debilidades) y la situación externa (Oportunidades y Amenazas). Este análisis nos servirá a la hora de pedir una financiación o a la hora de implicar a otros en nuestro proyecto.

Figura 8: Diagnóstico de la situación DAFO



Fuente: Autora

4.2.1. Fortalezas

- Novedoso: Incorporamos un nuevo negocio al mercado con nuevas ofertas que atraen a la gente.
- Proceso de fabricación eficiente: A partir de la adquisición de lentes y monturas.
- Personal motivado: Necesidad de hacerlo bien desde el principio. Además el hecho de ser una empresa pequeña puede ayudar a que haya buenas relaciones.
- Plan de mercado, publicidad y promoción: Basándonos en nuestra segmentación del mercado, dirigido a todos los públicos.
- Precios: Siempre intentando mejorar la competencia.
- Medida de la PIO: Demanda de la medida de la presión intraocular por gente mayor
- Terapia visual: Como hemos dicho anteriormente no todos los problemas visuales pueden solucionarse con la adaptación de unas gafas o lentes de contacto. Por ello ofrecemos la posibilidad de entrenar el sistema visual para que este sea eficaz gracias a nuestras terapias visuales.

4.2.2. Debilidades

- Empresa de nueva creación: inexperiencia. Al principio puede ser difícil lograr objetivos y solucionar problemas.
- Dificultad inicial para captar clientes: Debido a la competencia
- Fuerte inversión inicial: A la hora de iniciar el proyecto, será necesario para el local, pagar a proveedores, etc.

4.2.3. Oportunidades

- Aumento de la clientela potencial. El envejecimiento de la población, el mayor uso de las pantallas, así como un mayor cuidado de la estética, son factores que hacen que la demanda de productos ópticos vaya en aumento.
- Atención personalizada. La calidad del servicio y la formación continua de los empleados son características que ayudarán a fidelizar a la clientela.
- Diversificación: Aplicación de las tecnologías más eficaces: Para simplificar y hacer posible un proceso más eficiente.
- Plazos de entrega cortos: Gracias a que disponemos de un taller particular
- Crecimiento del consumo: Debido al continuo uso de pantallas (ordenadores, televisiones,

tablets, móviles, etc.), la demanda de las revisiones visuales aumenta.

4.2.4 Amenazas

- Empresas consolidadas: Barreras de entrada.
- Clientes acostumbrados a un producto: Hará falta buena publicidad y crear una nueva necesidad hacia las características de nuestros productos y servicios.
- Crisis internacional.
- Actitud de ahorro frente a la crisis: Gana importancia el factor precio.^{(21),(22)}

4.3. Formulación de los objetivos de Marketing

Nuestro éxito se verá reflejado en el desarrollo de estrategias basadas sobre todo en un gran mecanismo de comunicación y en la oferta de productos y servicios muy variados, ya que estamos ante un mercado muy competitivo y es necesario captar la atención del mayor número de clientes posible.

4.3.1. Elaboración y elección de estrategias

Como estrategia, nos centraremos en sacar el máximo partido de las ventajas que ofrecen nuestros productos y servicios a la vez que intentaremos minimizar al máximo las amenazas.

En nuestra empresa, como principales ventajas contamos con que se tratan de servicios novedosos, ya que en ninguna óptica cercana a la nuestra ofrecen la medida de presión intraocular y la terapia visual, y lógicamente llamará la atención del sector que necesite de este servicio.

Por contra, al hecho de que nos movemos en un mercado muy competitivo se suma la dificultad de la existencia de otras ópticas que cuentan con un gran número de clientes fieles a sus productos.

Resumiendo, la innovación jugará un papel clave en nuestra estrategia de marketing.

4.3.2. Segmentación

El público al que va dirigidos nuestros productos y servicios es bastante general ya que disponemos de productos para los más pequeños de la casa así como monturas infantiles de sol y de graduado, parches, cordones, etc., hasta las personas de tercera edad que necesiten un control visual y auditivo. Con nuestros productos ofrecemos también personalidad, tendencia y lo último en moda para aquellas personas relacionadas con un estilo de vida o nivel social.⁽²³⁾

Figura 9: Factores de segmentación



Fuente: <http://blog.iedge.eu/direccion-marketing/marketing-estrategico/segmentacion/eduardo-liberos-segmentacion-de-mercados-clientes/>

4.3.3. Posicionamiento

Un aspecto importante a tener en cuenta es la localización de nuestra óptica ya que nos beneficia la proximidad con la clínica Sant Jordi con la que tenemos un acuerdo. Los pacientes de la clínica Sant Jordi que acudan a nuestra óptica a hacerse las gafas tendrán descuentos especiales en todos los productos y servicios de los que disponemos.

Nos situamos en una zona comercial bastante concurrida por personas de diferentes edades: niños, jóvenes, adultos, etc. Por contra encontramos que al ser tan buena zona de comercio la competencia es abundante.

Además, teniendo en cuenta el actual momento de crisis que atraviesa la población, la mayor parte de nuestros productos tendrán un coste medio para permitir que gran parte de la población pueda tener acceso a ellos y atraer así a la mayor masa social posible; no obstante, también se ofrecerá a los clientes productos de mayor gama a mayor precio.

4.4. Planes de Acción

Para alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto necesitaremos una guía que nos brinde una estructura y un control, además de la utilización de intermediarios que nos ayudara a conseguir una mayor eficiencia en cuanto a la accesibilidad al mercado gracias a la experiencia, a la especialización y al volumen que son capaces de conseguir.

Tareas y actividades a realizar:

- Anuncios en TV: Nos anunciaremos en Antena 3 durante el informativo del medio día el cual durará 20 segundos y tendrá un coste de 9600€ + IVA al mes.⁽²⁴⁾
- Anuncios en la Radio: Contrataremos publicidad en radio por un periodo de 1 mes para obtener resultados satisfactorios. Después de valorar qué medio tiene mejor audiencia y conocer los perfiles de sus oyentes hemos decidido que la emisora donde nos anunciaremos será “Los 40 principales” que es la emisora temática más escuchada con audiencia mayoritaria de hombres y mujeres entre 14 y 44 años. La franja horaria donde se emitirá nuestro anuncio será de lunes a viernes por las mañanas ya que es cuando hay más oyentes. Emitiremos 2 pases diarios para obtener una respuesta eficaz y efectiva.
Precio: Cuña de Radio- 40 principales- Barcelona de 10-14h (L-V)= 239,09€ + IVA por cuña. Siendo un total de 14.345,28€ al mes.⁽²⁵⁾
- Propaganda en forma de folletos⁽²⁶⁾: Se repartirán 1000 ejemplares alrededor del centro hasta finalizar existencias³
- Página web: Llegaremos a los consumidores sin la ayuda de los intermediarios, utilizando las nuevas tecnologías como la venta a través de internet logrando el acceso directo con los consumidores; esto permite ahorrar costes tanto a nuestra empresa como al consumidor. Internet nos permite complementar los canales tradicionales de venta y brindar un mejor servicio a nuestros clientes concediendo una mayor disponibilidad, mejor información y mayor comodidad por el hecho de poder realizar la compra desde casa.⁽²⁷⁾

Tabla 3: Plan de Acción. Tareas a realizar

PLAN DE ACCIÓN	COSTE
Anuncios en TV	11.616€/mes
Anuncios en la Radio	14.345,28€/mes
Propaganda en forma de folletos	76,25€
Página web	5100€
TOTAL PLAN DE ACCIÓN	31.137,53€

Fuente: Autora

³ ANEXO II: Propaganda en forma de folletos.

4.5. Seguimiento y control del plan de marketing

A pesar de que es imposible contar cuanta gente ve nuestros anuncios o cuanta gente mira nuestros escaparates, la herramienta fundamental para poder hacer el seguimiento será internet, ya que esta si nos permite saber a cuánto número de gente estamos llegando. Esto lo podemos ver a través de las visitas a nuestra página web y obtener información sobre nuestras campañas de publicidad. Otra herramienta muy potente son las redes sociales. A partir de estas no sabremos datos exactos, pero si conoceremos los gustos de nuestros clientes, lo que nos permitirá adaptar el producto.

5. PLAN DE PRODUCCIÓN

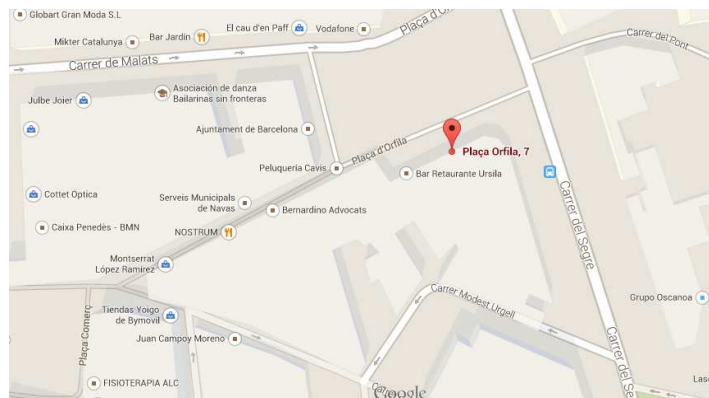
5.1. Mecánica de producción o forma de prestación de servicios

A nivel técnico todos nuestros profesionales están capacitados para organizar, dirigir, ejecutar y controlar tareas productivas en el ramo de la administración del centro. Así como también la atención, asesoramiento y ayuda a nuestros clientes. Nuestros ópticos-optometristas además poseen conocimientos especializados en la optometría, contactología, terapia visual y taller de montaje.

5.2. Local donde se encontrará la empresa

CSMòptics.S.L se situará en Plaça Orfila número 7 del distrito de Sant Andreu, 08030 de Barcelona. Sant Andreu es una zona muy concurrida por gente de diferentes estilos de vida y edades, con muchos comercios y actividades, así como también bastante competencia a la que intentaremos vencer con nuestros servicios y productos.

Figura 10: Situación de la empresa



Fuente: Google Maps

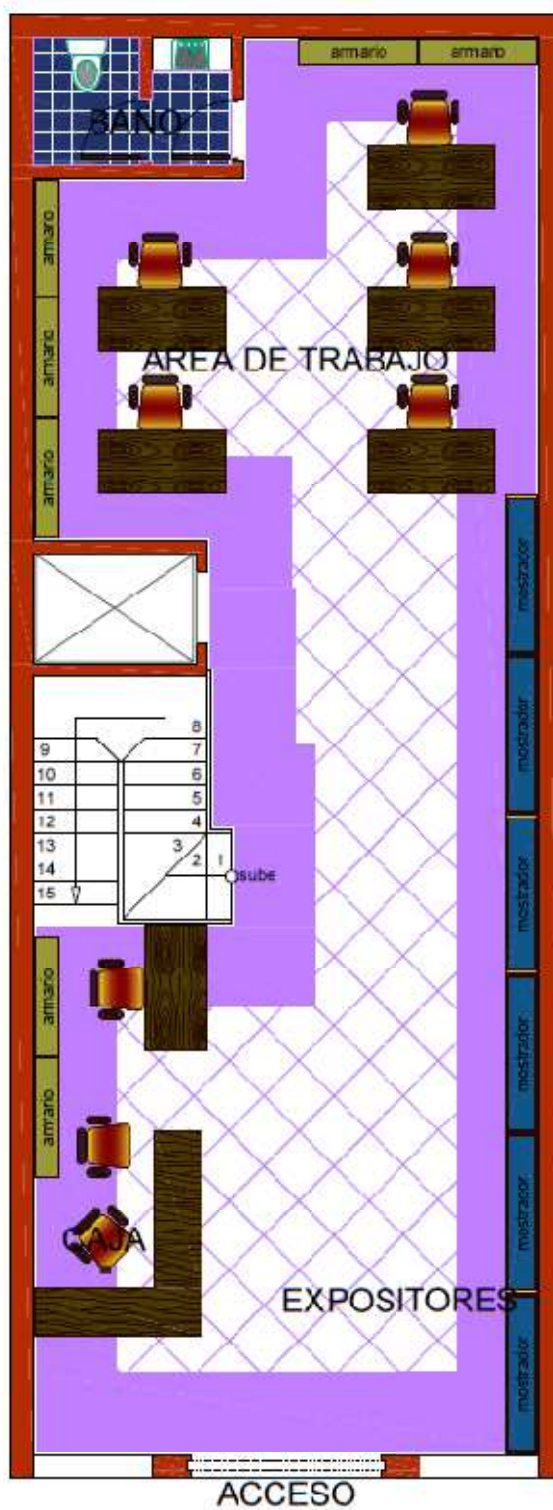
Nuestra óptica constará de 3 plantas, de 80m² cada una, divididas de la siguiente manera:

Planta 0: Esta planta está destinada para la exposición de todos nuestros productos y para la recepción, atención y venta a los clientes de forma personalizada.

Planta 1: En la primera planta se realizarán las revisiones optométricas, contactológicas y audiometrías. Así como también las terapias visuales.

Planta 2: En la segunda planta se encontrará el taller de montaje de la óptica, la zona de almacenamiento de productos y los vestuarios de los trabajadores.

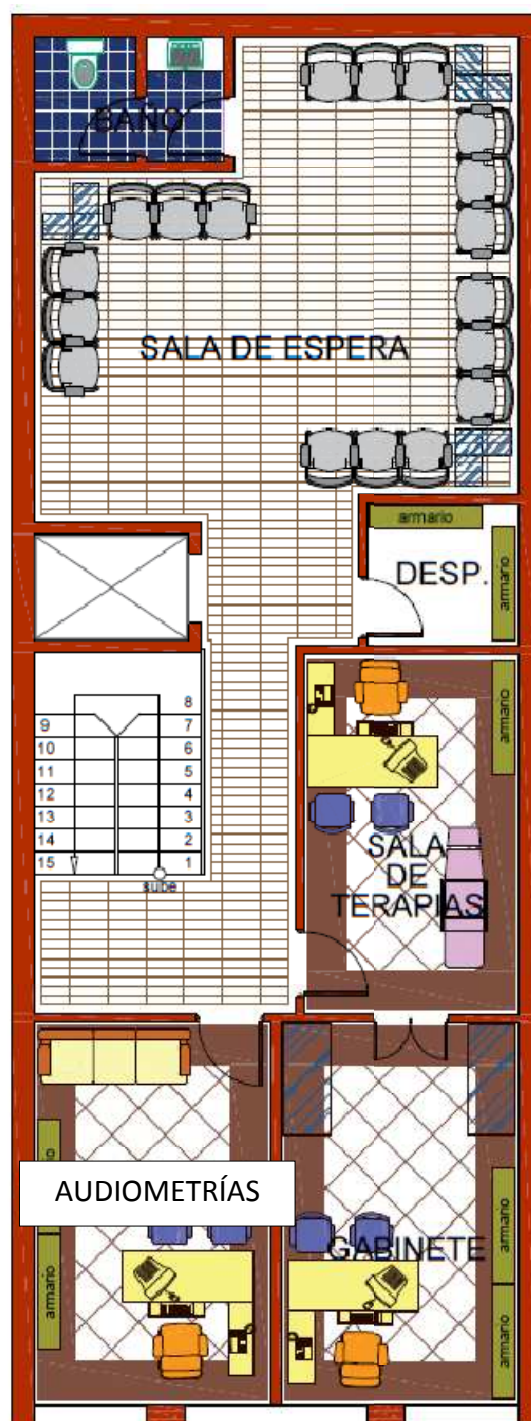
Figura 11: Disposición del local. Planta 0



 **PLANTA BAJA**
ESCALA 1:100

Fuente: Autora

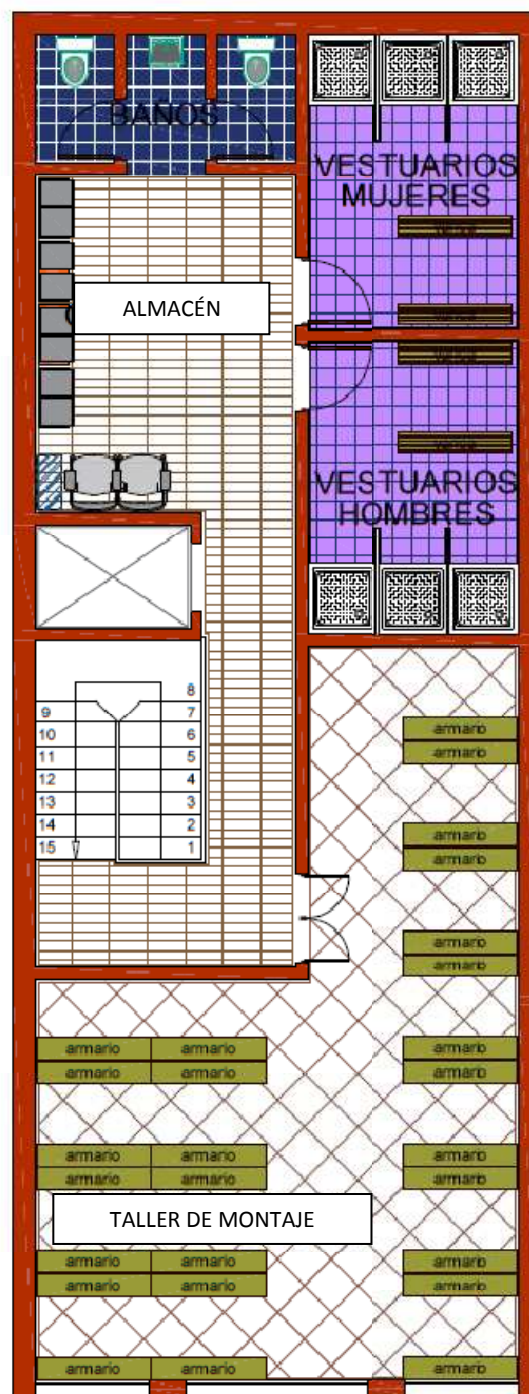
Figura 12: Disposición del local. Primera planta



 **PLANTA PRIMERA**
ESCALA 1:100

Fuente: Autora

Figura 13: Disposición del local. Segunda planta



 PLANTA SEGUNDA
ESCALA 1:100

Fuente: Autora

5.3. Equipamiento y suministros del centro

Para ofrecer unos buenos servicios y que los clientes estén satisfechos necesitamos unos buenos equipamientos en nuestro centro óptico. En la tabla 4 se muestran los equipos mínimos con los que se debe contar toda óptica.

Tabla 4: Equipamiento necesario para el centro óptico

Servicio	Equipos
Optometría	<ul style="list-style-type: none"> • Optotipos para la determinación de la agudeza visual en visión lejana, con un sistema adecuado de iluminación. • Optotipos para la determinación de la agudeza visual en visión próxima. • Equipo básico de refracción con los siguientes elementos: <ul style="list-style-type: none"> - Retinoscopio - Autorrefractómetro - Foróptero, caja de pruebas y/o reglas esquiásticas - Montura de pruebas - Frontofocómetro - Test para la valoración cromática y estereopsis - Biseladora automática - Ventiletes - Varios: Flipers, Reglillas milimetradas, oclisor, tests...
Salud Visual	<ul style="list-style-type: none"> • Oftalmoscopio directo • Tonómetro de aire • Campo visual <ul style="list-style-type: none"> - Rejilla de Amsler
Contactología	<ul style="list-style-type: none"> • Queratómetro • Biomicroscopio • Caja de pruebas de lentes de contacto
Terapia Visual	<ul style="list-style-type: none"> • Lentes y prismas <ul style="list-style-type: none"> - Anaglíficos - Vectogramas - Estereoscopio - Espejo variable - Regla de apertura - Flipers - Rotadores - Pelota de Marsden - Tablas de Hart - Láminas de acetato - Filtros
Audiología	<ul style="list-style-type: none"> • Audiómetro • Cabina insonorizada • Otoscopio • Analizador

Fuente: Autora

Los suministros necesarios como el agua, la luz, el gas y el teléfono los contrataremos con las siguientes empresas:

Tabla 5: Suministros necesarios para el centro óptico

Suministro	Empresa de suministros	Tipo de Tarifa
Agua	Aigües de Barcelona ⁽²⁸⁾	Tarifa Uso comercial e industrial: 1,29€/mes
Luz	Endesa ⁽²⁹⁾	Tarifa 2.A: Término de potencia 3,15€/ Kw mes
		Término de Energía 0,124€/Kw hora
Gas	Telefónica ⁽³⁰⁾	Tarifa 3.1: Término fijo 3,94€/mes
Teléfono		Movistar + ADSL base fijo móvil: 24,08€/mes+ 17,40€/mes cuota de teléfono
TOTAL SUMINISTROS		Aprox. 250€/mes = 3.000€ al año

Fuente: Autora

5.4. Estimación de compras, ventas y costes de los servicios

Los productos como las monturas se comprarán cada mes o tres meses según las ventas, intentando estar siempre al día con la moda y con el estilo de vida de la zona donde nos situamos por ello dispondremos de productos de diferentes gamas para todos los clientes.

Los cristales, las lentes de contacto y los audífonos se compraran según demanda del consumidor. Aunque también tendremos en Stock las lentes de contacto de ciertas marcas más conocidas con graduaciones más usuales. Además dispondremos de diferentes soluciones de mantenimiento, lágrimas artificiales, pilas para audífonos, lupas, etc., para una venta directa.

A continuación se presenta una estimación del plan de compras (costes de adquisición de productos) y del plan de ventas de artículos para cada año de funcionamiento de nuestro centro.

Debido a que los productos vendidos por los proveedores en la mayoría de casos son importados, o requieren de materias primas importadas estos pueden sufrir cambios en su precio de venta a causa de la variación del euro, por tanto asumimos que el precio de los artículos se incremente en un 10% cada año.

Tabla 6: Estimación del plan de compras de productos

PLAN DE COMPRAS (sin IVA)			
	Año 1	Año 2	Año 3
Monturas	10.000€	11.000€	12.100€
Lentes oftálmicas	26.667€	29.333,70€	32.267,07€
Lentes de contacto	3.334€	3.667,40€	4.034,14€
Gafas de sol	1.667€	1.833,70€	2.017,07€
Soluciones	1.000€	1.100€	1.210€
Cordones y cadenas	166€	182,60€	200,86€
Estuches	166€	182,60€	200,86€
Audífonos	10.000€	11.000€	12.100€
Otros	700€	770€	847€
TOTAL	53,700€	59,070€	64,977€

Fuente: Autora

Tabla 7: Estimación del plan de ventas de productos

PLAN DE VENTAS (sin IVA)			
Nombre	Año 1	Año 2	Año 3
Monturas	50.000€	55.000€	60.500€
Lentes oftálmicas	133.335€	146.668,50€	161.335,35€
Lentes de contacto	16.670€	18.337€	20.170,70€
Gafas de sol	8.335€	9.168,50€	10.085,35€
Soluciones	5.000€	5.500€	6.050 €
Cordones y cadenas	830€	913€	1.004,30€
Estuches	830€	913€	1.004,30€
Audífonos	40.000€	44.000€	48.400€
Otros	3.500€	3.850€	4.235€
TOTAL	258.500€	284.350€	312.785€

Fuente: Autora

Como podemos observar el coste de compra es una quinta parte más económica que el coste de venta.

Tabla 8: Plan de ganancias por servicios

Plan de Ganancias por servicios		
	Objetivo anual	(euros)
Terapia visual Externos (45€/sesión)10 sesiones	50 pers.	22.500€
Terapia Visual Promo. Clínica Sant Jordi(36€/sesión)10 sesiones	30 pers.	10.800€
TOTAL	80 pers.	33.300€

Fuente: Autora

5.5. Elección de Proveedores

Los fabricantes, distribuidores y proveedores con los que contaremos serán:

Tabla 9: Productos y Proveedores

PRODUCTOS	PROVEEDORES, FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES
Monturas: Sol y graduado	Luxottica, Sáfilo, Marcolín y De Rigo
Lentes oftálmicas	Prats, Zeiss y Essilor
Lentes de contacto y soluciones de mantenimiento	Bausch and Lomb, Alcon, Cooper Visión y Johnson and Johnson.
Audiología	Unitron
Taller de montaje, Fornitura, Herramientas, complementos y estuchería	DIPO (Distribuidor de Productos Ópticos)

Fuente: Autora

6. PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO

6.1. Calculo de las necesidades de inversión

Una vez completado el análisis de las áreas anteriores pasamos a analizar el plan económico-financiero de nuestro negocio, para que este sea viable es necesario tener una buena relación entre la rentabilidad y la liquidez.

A continuación en la tabla 10 se presenta cada una de las inversiones detalladas.

Tabla 10: Cuadro resumen de inversión

INVERSIÓN	
Local	35.000,00€
Acondicionamiento del local	15.000,00€
Equipos optométricos ⁴	50.453,96€
Mobiliario ⁴	20.000,00€
Plan de Acción ⁵	31.137,53€
Productos	53.700,00€
TOTAL INVERSIÓN	205.291.49€

Fuente: Autora

6.2. Financiación de las inversiones

Una vez calculado el volumen de inversión inicial para poner en marcha la empresa, tendremos que determinar cómo financiaremos dicha cantidad.

Tabla 11: Cuadro de financiación

FINANCIACIÓN	Año 1
Recursos propios	1555.291,49€
- Aportaciones de socios	
Financiación ajena a largo plazo	50.000,00€
- Préstamos a largo plazo	
TOTAL FINANCIACIÓN AJENA	50.000,00€

Fuente: Autora

⁴ ANEXO III: Precios detallados de equipos optométricos y mobiliario y detalle de "otros"

⁵ Ver tabla 3: Plan de acción. Tareas a realizar. Página 41

Tabla 12: Plan de financiamiento

Préstamos	
Entidad	Banco Santander
Valor del préstamo	50.000,00€
Tasa de interés anual	10,28% ⁽³¹⁾
Plazo del préstamo (años)	3 años (36meses)
Cuotas iguales	1.388,88€/mes

Fuente: Autora

Como se puede observar si el plazo de financiación es de 36 meses o 3 años se pagaría una cuota de 1.388,88€/mes (16.666,56€/año), cabe destacar que si financiamos a más años la cuota de pago bajaría muy poco ya que los intereses van creciendo.

6.3. Cuenta de resultados para los próximos tres años

El resultado de una empresa es la diferencia entre ingresos de la actividad y los gastos necesarios para la misma. Los ingresos de una empresa provienen de las ventas. Los gastos para el desarrollo de una actividad son de carácter diverso:

- Costes Fijos
- Costes variables: Aquí asumimos que los costes variables aumentan en un 0,5% cada año.

Tabla 13: Costes Fijos y Costes Variables

Costes Fijos o de estructura		Costes Variables			
	(euros)		(euros)		
	Año 1, 2 y 3		Año 1	Año 2	Año 3
Arrendamiento	30.000,00€	Consumo de productos*	53,700€	59,070€	64,977€
Reparaciones y mantenimiento del local	15.000,00€	Mano de obra directa: Salarios brutos+Seg. social	127.500€		
Mano de obra indirecta (limpieza)	7.200,00€	Consumos energéticos	3.000€		
Tributos: Licencia de apertura, tasas municipales, etc.	2.250,95€	Mantenimiento y reparación de los equipos	2.000€		
Amortizaciones	8.545€	Área de Marketing	2.000€		
-		Comunicación	31.137,53€		
TOTAL	62.995,95€	TOTAL	219.337,53€	220.433,68€	221.535,85€

Fuente: Autora

A continuació detallamos el modelo de cuenta de resultados para los próximos tres años.

Tabla 14: Cuenta de Resultados para los próximos tres años

CUENTA DE RESULTADOS PARA LOS TRES AÑOS				
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	
Ventas (A)	291.800€	317.650€	346.085€	
Costes Variables (B)	219.337,53€	220.433,68€	221.535,85€	
Margen Bruto (C)	72.462,47€	97.216,32€	124.549,15€	
Costes Fijos (D) (sin incluir impuestos)	62.995,95€	62.995,95€	62.995,95€	
Beneficios antes de Intereses e impuestos (E) (E=C-D)	9.466,52 €	34.220,37€	61.553,2€	
Gastos Financieros (F)	10.666,56€	10.666,56€	10.666,56€	
Beneficios antes de Impuestos (G) (G=E-F)	-1.200,04 €	23.553,81 €	50,886,64 €	
Impuestos (H)	30%	30%	30%	
Beneficios después de Impuestos(I) (I=G-H)	0€	16.487,67€	35.620,74€	

Fuente: Autora

El significado de los distintos escalones que se encuentran en el modelo de cuenta de resultados son:

- El margen bruto: Rentabilidad de los productos y servicios.
- El beneficio antes del impuesto: Resultado de la actividad.
- El beneficio neto o beneficios después del impuesto: Resultado final de la empresa.

Como podemos observar en la tabla 14 los beneficios netos aumentarán a medida que pasen los años.

6.4. Balance de la situación final de cada año

El Balance de situación recoge la situación patrimonial de la empresa al final de cada año. Dentro de este diferenciamos 2 tipos de Activo y 2 tipos de pasivo:

- Activo NO corriente o Inmovilizado: Son los bienes y derechos que van a permanecer en la empresa más de un año.
- Activo corriente: Inversiones con un período de permanencia de corto plazo (inferior a un año), es decir tienen una rotación a largo de un año dentro de la empresa y sus valores cambian constantemente.
- Pasivo NO corriente: Suma de los recursos propios y las deudas a largo plazo, con vencimiento superior a un año.
- Pasivo corriente: Recoge todas las deudas a corto plazo que tenga la empresa.⁽³³⁾

Tabla 15: Balance de situación final de tres años

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	PATRIMONIO NETO + PASIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO NO CORRIENTE	84.159,9€	75.614,9€	67.069,9€	PATRIMONIO NETO	154.091,4€	177.645,2€	228.531,8€
-Acondiciond. Local	15.000€	15.000	15.000	-Capital	155.291,4€	155.291,4	155.291,4€
-Equipos opt. Y Mobiliario ⁶	70.453,96€	70.453,96€	70.453,96€	-Resultado del ejercicio	-1.200,04€	23.553,81€	50.886,64€
-Amortización acumulada	-8.545€	-17.090€	-25.635€	- Resultado de ejercicios anteriores		-1.200,04€	22.353,77€
-Fianza	5.000€	5.000€	5.000€				
-Gastos de constitución	2.250,95€	2.250,95€	2.250,95€	PASIVO NO CORRIENTE	50.000€	44.000€	38.000€
				-Deudas a largo plazo	50.000€	44.000€	38.000€
ACTIVO CORRIENTE	173.631,5€	204.546,1€	264.438,9€	PASIVO CORRIENTE	53,700€	59,070€	64,977€
-Existencias	53.700€	59.070€	64.977€	-Proveedores o Deudas a corto plazo	53,700€	59,070€	64,977€
-Tesorería	119.931,5€	145.476,1€	199.461,9€				
TOTAL ACTIVO	257.791,4€	280.161,0€	331.508,8€	TOTAL PASIVO	257.791,4€	280.161€	331.508,8

Fuente: Autora

⁶ ANEXO IV: Tabla de amortización detallada

6.5. Análisis mediante Ratios

Para realizar un análisis de la viabilidad económica y financiera utilizaremos los ratios, que son cocientes entre variables significativas expresadas en porcentajes.⁽³³⁾

Tabla 16: Análisis mediante Ratios Económicos

RATIOS ECONÓMICOS		
RATIOS	FÓRMULA	SIGNIFICADO
Rentabilidad económica	RE: (BAI/ACT.TOTAL)*100 RE: (-1.200,04 €/257.791,4€)*100 = -0,5%	Rentabilidad de la empresa en conjunto
Rentabilidad Financiera	RF= B.NETO/Rec Prop RF=(0€/ 155.291,4€)*100= 0%	Rentabilidad de los propietarios

Fuente: Autora

La rentabilidad económica mide la capacidad del activo para generar beneficios independientemente de la composición financiera de la empresa.

La rentabilidad financiera mide la capacidad que tiene la empresa de remunerar a sus accionistas.

Como podemos observar en la tabla 16 estos valores coinciden siendo muy poco rentable para la empresa y para los propietarios.

Tabla 17: Análisis mediante Ratios Financieros

RATIOS FINANCIEROS		
RATIOS	FÓRMULA	SIGNIFICADO
Solvencia	SOLV.=ACT. CORRIENTE/PAS. CORRIENTE SOLV.= 173.631,5€/ 53.700€ = 3,2	Capacidad para poder pagar las deudas a corto plazo.
Endeudamiento	END=Deudas a LP+CP/ Total Pasivo mas Neto END=50.000€+53.700€/257.791,5€ = 0,4	Nivel de endeudamiento de la empresa.

Fuente: Autora

La solvencia indica la capacidad de la empresa para afrontar sus pagos a corto plazo. El valor óptimo se encuentra entre 1.5 y 2.⁽³³⁾ Como podemos observar la solvencia de la empresa sería de 3,2 (no se aleja demasiado del valor óptimo) así que se puede considerar valor óptimo ya que no hay una diferencia excesiva, por tanto sí podremos afrontar los pagos a corto plazo.

El endeudamiento estudia la relación que existe entre la financiación ajena y los recursos propios. Su valor óptimo oscila entre 0,4 y 0,6⁽³³⁾. El valor de endeudamiento de la empresa es de 0,4, que se considera valor óptimo, por tanto la empresa realiza una gestión responsable de los recursos ajenos.

7. CONCLUSIONES

Después de realizar todos los análisis de la empresa concluimos que:

- La profesionalidad, la responsabilidad y el trabajo en equipo de los trabajadores de la empresa forma la base más importante para el buen desarrollo del negocio.
- Los principales factores legales que se deben tener en cuenta al abrir un negocio de óptica son las medidas correctoras sanitarias, de seguridad y/o medioambientales.
- En el lugar donde hemos situado la empresa hay mucha competencia ya que en los alrededores más cercanos encontramos 4 ópticas, empresas ya consolidadas con clientes fieles a sus productos.
- Ofrecer servicios innovadores como la terapia visual y la medida de la presión intraocular ha sido una opción acertada para captar clientes ya que ninguna óptica de nuestros alrededores ofrece tales servicios.
- Ofrecer productos de calidad al mejor precio es la clave para llamar la atención de los clientes.
- Los beneficios netos de la empresa son positivos, aumentando su valor con el paso de los años.
- La rentabilidad económica y financiera de este proyecto es muy poco rentable, tanto para la empresa como para los inversionistas, durante el primer año.
- Gracias a los datos obtenidos por la solvencia de la empresa si podremos afrontar a los pagos a corto plazo.
- La gestión de los recursos ajenos a la empresa es responsable ya que el nivel de endeudamiento es mínimo.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) UPC. (2013-2014). *Apuntes Unidad VII: Economía y gestión de Empresas*. Universidad de Terrassa
- (2) Diego. *Los niveles directivos* [En línea]. Barcelona: Forexeco, 2011. [consulta: Enero 2014]. Disponible en: <http://www.forexeco.com/233-los-niveles-directivos/>
- (3) Lopez, Carlos. *¿A qué se dedican los directivos? A propósito de los planteamientos de Henry Mintzberg*. [En línea]. Barcelona: GestioPolis, 2001. [Consulta: Enero 2014]. Disponible en : <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/18/funciones.htm>
- (4) UPC. (2013-2014). *Apuntes Contactología Aplicada*. Universidad de Terrassa.
- (5) Comité Bioético del CNOO. *Manual de buenas prácticas clínicas del ÓPTICO-OPTOMETRISTA*. EUOOT, Universidad de Terrassa.
- (6) Peris, Elvira; Borrás, Rosa. (2011-2012). *Apuntes 2Q Terapia Visual*. Departamento de óptica y optometría. Universidad de Terrassa.
- (7) Asociación Nacional de Audioprotesistas. *AUDIÓLOGOS PROTÉSICOS*. [En línea]. Barcelona: Omnia. [Consulta: Enero 2014]. Disponible en: <http://www.audioprotesistas.org/audioprotesista.asp>
- (8) *Emprendedores y PYME: Formas jurídicas de empresa* [En línea]. Madrid: Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. [Consulta: Enero 2014]. Disponible en: <http://www.ipyme.org/es-ES/DesarrolloProyecto/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SLNE&nombre=Sociedad%20Limitada%20Nueva%20Empresa&idioma=es-ES>
- (9) Humanes Díaz, David. *Como crear una sociedad Limitada/Sociedad Anónima*. [En línea]. Madrid: Licencia-Apertura-Actividad.info, 2014. [Consulta: Febrero 2014]. Disponible en: <http://www.licencia-apertura-actividad.info/como-crear-sociedad-limitada-anonima.html>
- (10) *Trámites Administrativos específicos*. [En línea]. España: Universia, 2014. [Consulta: Febrero 2014]. Disponible en: <http://desarrollo-profesional.universia.es/emprendedores/tramites-administrativos/tramites-especificos-otros-requerimientos/tramites-administrativos-especificos.html>
- (11) Generalitat de Catalunya. *Solicitar l'autorització d'obertura i funcionament*. [En línea]. Catalunya: Oficina virtual de tràmits, 2013. [Consulta: Febrero 2014]. Disponible en: <http://www20.gencat.cat/portal/site/OVT/menuitem.8d9f3f7e23c1cd519e629e30b0c0e1a0/?>

[vgnextoid=d3f0acfae6748310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=d3f0acfae6748310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall&contentid=59984ee6c029a3104ee6c029a3108d0c1e0aRCRD&idTipusAction=1&idAction=1#](http://www.gencat.cat/portal/site/OVT/menuitem.8d9f3f7e23c1cd519e629e30b0c0e1a0/?vgnextoid=d3f0acfae6748310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=d3f0acfae6748310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall&contentid=59984ee6c029a3104ee6c029a3108d0c1e0aRCRD&idTipusAction=1&idAction=1#)

- (12) Generalitat de Catalunya. *Solicitar l'autorització o comunicar modificacions posteriors*. [En línia]. Catalunya: Oficina virtual de tràmits, 2013. [Consulta: Febrero 2014]. Disponible en: <http://www20.gencat.cat/portal/site/OVT/menuitem.8d9f3f7e23c1cd519e629e30b0c0e1a0/?vgnextoid=d3f0acfae6748310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=d3f0acfae6748310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall&contentid=59984ee6c029a3104ee6c029a3108d0c1e0aRCRD&idTipusAction=1&idAction=2>
- (13) Ajuntament de Barcelona. *Presentación de Barcelona* [En línia]. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona. [Consulta: Marzo 2014]. Disponible en: http://www.bcn.cat/castella/laciutat/barcelona/distribucio_territorial.htm
- (14) Departamento de estadística. *Estadísticas de Barcelona, distritos y barrios* [En línia]. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona. [Consulta: Marzo 2014]. Disponible en: <http://www.bcn.cat/estadistica/castella/>
- (15) Departamento de estadística. *Guías estadísticas. Sant Andreu en cifras 2012. Población*. [En línia]. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona, 2012. [Consulta: Marzo 2014]. Disponible en: <http://www.bcn.cat/estadistica/castella/dades/guiadt09/pob09/t1.htm>
- (16) Victor Mondelo. "La renta del distrito más rico de Barcelona ya triplica la del más pobre" [En línia]. Cataluña: EL MUNDO, 28/01/2014. [Consulta: Marzo 2014]. Disponible en: <http://www.elmundo.es/cataluna/2014/01/28/52e7823f22601dfa0e8b4570.html>
- (17) Cottet [En línia]. Barcelona 2014 [Consulta: Marzo 2014]. Disponible en: <http://www.cottet.es/es/empresa>
- (18) *Optica Universitària* [En línia]. Barcelona 2014 [Consulta: Abril 2014]. Disponible en: <http://www.opticauniversitaria.es/>
- (19) *Multiópticas* [En línia]. [Consulta Abril 2014]. Disponible en: <http://www.multiopticas.com/>
- (20) *Vista Optica* [En línia]. España, 04/06/2014. [Consulta: Abril 2014]. Disponible en: <http://www.vistaoptica.es/>
- (21) Emprendedor *PLAN DE NEGOCIO II (ANAÁLISIS DAFO)* [Blog]. Madrid, 10.07.2013 [Consulta: Abril 2014]. Disponible en: <http://www.emprendexl.es/blogs/entry/PLAN-DE-NEGOCIO-II-AN%C3%81LISIS-DAFO>
- (22) García, Celia "Negocio a la vista: Óptica" [Versión electrónica]. *Emprendedores.es* (2008), p.103-104. [Consulta: Abril 2014]. Disponible en: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/plan-de-negocio-optica>

- (23) Liberos, Eduardo *Segmentación de mercados y clientes* [Blog]. Madrid: IEDGE.eu, 2011 [Consulta: Abril 2014]. Disponible en: <http://blog.iedge.eu/direccion-marketing/marketing-estrategico/segmentacion/eduardo-liberos-segmentacion-de-mercados-clientes/>
- (24) Juan Polo. *¿Cuánto cuesta un anuncio de tv en España actualmente?* [En línea]. España: ¡Vaya tele!, 2010. [Consulta: Marzo 2014]. Disponible en: <http://www.vayatele.com/publicidad/cuanto-cuesta-un-anuncio-de-tv-en-espana-actualmente>
- (25) AudioRadio. *Precios. Precios de cuñas* [En línea]. España: Anuncios Radio, 2014. [Consulta: Marzo 2014]. Disponible en: <http://www.anuncios-radio.com/publicidad/>
- (26) *Imprenta online.net* [En línea]. España: Imprenta online.net, 2013. [Consulta: Marzo 2014]. Disponible en: <http://www.imprentaonline.net/270-folletos-din-a7---1000-unidades---2-caras--150-gr-brillo.html>
- (27) Ideaweb. diseño web y gráfico Madrid. *La gran pregunta: ¿Cuánto costaría mi web?...cual es el precio de una web* [Blog]. Madrid: Ideaweb, 2011 [Consulta: Abril 2014]. Disponible en: <http://www.ideaweb.es/cuanto-cuesta-una-pagina-web-cual-es-el-precio-real-precauciones-a-tener-en-cuenta/>
- (28) *Aigües de Barcelona* [En línea]. Barcelona, 2014. [Consulta: Abril 2014]. Disponible en: <http://www.aiguesdebarcelona.cat>
- (29) Endesa. One Luz+Gas [En línea] Barcelona, 2014. [Consulta: Abril 2014]. Disponible en: www.endesaonline.com
- (30) *Telefónica* [En línea]. Barcelona, 2014. [Consulta: Abril 2014]. Disponible en: <http://www.telefonica.es/portada/index.html>
- (31) Banco de España. *TIPOS DE INTERÉS* [En línea]. España: Banco de España, 2006. [Consulta: Febrero 2014]. Disponible en: <http://www.bde.es/clientebanca/tipo/entidades.htm>
- (32) Cinco Dias. *Cuenta atrás para pagar más IVA por las gafas graduadas* [En línea]. Madrid, 2014. [Consulta: Mayo 2014]. Disponible en: http://cincodias.com/cincodias/2014/01/10/economia/1389348870_253590.html
- (33) UPC. (2013-2014). *Apuntes Unidad IX: El subsistema financiero*. Universidad de Terrassa
- (34) UPC. (2013-2014). *Apuntes Unidad VIII: El subsistema comercial*. Universidad de Terrassa



ANEXOS



ANEXO I : DECRET 224/2013, de 10 de setembre, pel qual es modifica el Decret 126/2003, de 13 de maig, pel qual s'estableixen els requisits tecnicosanitaris dels establiments d'òptica.

DEPARTAMENT DE SALUT

DECRET 224/2013, de 10 de setembre, pel qual es modifica el Decret 126/2003, de 13 de maig, pel qual s'estableixen els requisits tecnicosanitaris dels establiments d'òptica.

L'Estatut d'autonomia, en l'article 162.1, atribueix a la Generalitat la competència exclusiva en matèria de sanitat i salut pública sobre l'organització, el funcionament intern, l'avaluació, la inspecció i el control de centres, serveis i establiments sanitaris.

La Llei 14/1986, de 25 d'abril, general de sanitat, preveu que el sistema sanitari ha d'estar orientat a la promoció de la salut i a la prevenció de la malaltia, i concretament l'article 29 disposa que els centres i establiments sanitaris, sigui quin sigui el seu nivell i categoria o titular, requereixen l'autorització administrativa prèvia per a la seva instal·lació i funcionament.

La Llei 15/1990, de 9 de juliol, d'ordenació sanitària de Catalunya, disposa en l'article 10.k), que correspon al Departament de Salut l'autorització de la creació, la modificació, el trasllat i el tancament dels centres, els serveis i els establiments sanitaris i sociosanitaris, si escau, i la cura del seu registrament, catalogació i acreditament, si n'és el cas.

El Decret 183/1981, de 2 de juliol, sobre normes per a condicions i requisits que han d'acomplir els centres, serveis i establiments sanitaris assistencials, estableix que són establiments sanitaris assistencials, entre d'altres, tots aquells que per la seva finalitat o per raó de les tècniques o mitjans que utilitzen tenen el caràcter de sanitaris assistencials; alhora disposa que tots aquests centres, serveis i establiments sanitaris queden subjectes a autorització administrativa prèvia per a la seva creació, ampliació, modificació, trasllat o tancament, i atribueix al departament competent en matèria de salut la facultat d'establir i d'exigir els requisits tècnics i les condicions mínimes de les seves instal·lacions i estructures.

De resultes d'aquesta competència, el Govern va aprovar el Decret 126/2003, de 13 de maig, pel qual s'estableixen els requisits tecnicosanitaris dels establiments d'òptica, i va sotmetre aquests establiments a un règim d'autorització administrativa per tal de garantir la protecció de la salut ocular de les persones usuàries.

D'acord amb el que estableix l'article 5 del Decret esmentat, la persona titular d'un establiment d'òptica té, entre altres obligacions, la de disposar de la preceptiva autorització administrativa d'obertura i funcionament de l'establiment atorgada per l'actual Direcció General d'Ordenació i Regulació Sanitàries del Departament de Salut, notificar a aquesta Direcció General els canvis de titularitat de l'òptica, l'alta i la baixa del director tècnic o la directora tècnica i comunicar qualsevol modificació dels requisits estructurals i de funcionament, així com el tancament de l'establiment. En aquest últim cas, si de l'esmentada comunicació es desprèn que la modificació és substancial, l'òrgan competent inicia el procediment d'autorització i ho notifica a la persona titular de l'òptica.

Així mateix, l'article 8.2 del Decret estableix que el procediment per a l'atorgament de l'autorització d'obertura i funcionament i la modificació dels establiments d'òptica s'ha d'ajustar a la normativa general vigent d'autorització i registre de centres i serveis sanitaris. Aquesta procediment està recollit en el Decret 118/1982, de 6 de maig, sobre autorització de centres, serveis i establiments sanitaris assistencials, i en l'Ordre de 24 de gener de 1983 per la qual s'estableix la normativa per a la sol·licitud i l'atorgament d'autorització administrativa per a la creació, la modificació, el trasllat o el tancament de centres, serveis o establiments d'assistència hospitalària.

D'acord amb aquesta normativa, el procediment d'autorització comprèn dues autoritzacions, una primera prèvia del projecte de creació, modificació o de trasllat de l'establiment d'òptica, i una segona d'obertura i funcionament de l'establiment. Pel que fa a l'autorització administrativa prèvia del projecte, el termini màxim per resoldre-la i notificar-la és de tres mesos i la manca de resolució dins d'aquest termini té efectes de desestimació. En el cas de l'autorització d'obertura i funcionament, el termini màxim per resoldre-la i notificar-la és de tres mesos i la manca de resolució dins d'aquest termini té efectes estimatoris.

L'experiència del Departament de Salut en la tramitació dels expedients administratius relatius a l'autorització dels establiments d'òptica, així com els objectius fixats en el Pla per a la implantació de la finestra única empresarial (FUE) del Govern de la Generalitat de Catalunya, aconsellen i fan necessari simplificar aquests

tràmits suprimint l'autorització prèvia del projecte i reduint el nombre de documents que s'han de presentar en cadascun dels tràmits, per la qual cosa resulta necessària la modificació del Decret 126/2003, de 13 de maig. Es considera que la supressió d'aquesta autorització prèvia del projecte no tindrà cap efecte negatiu sobre la qualitat de l'activitat que es du a terme en els establiments d'òptica i agilitarà i facilitarà els tràmits per a l'obertura d'aquest establiments.

Vist el dictamen del Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya;

De conformitat amb el que estableix l'article 39.1 en relació amb el 40.1, ambdós de la Llei 13/2008, de 5 de novembre, de la presidència de la Generalitat i del Govern;

Per tot això, d'acord amb el dictamen de la Comissió Jurídica Assessora, a proposta del conseller de Salut i amb la deliberació prèvia del Govern,

Decreto:

Article 1

Modificació de l'article 5 del Decret 126/2003, de 13 de maig, pel qual s'estableixen els requisits tecnicosanitaris dels establiments d'òptica

Es modifica l'article 5 del Decret 126/2003, que queda redactat de la manera següent:

"Article 5. Obligacions de la persona titular d'un establiment d'òptica

"La persona titular de l'òptica és responsable del compliment de les obligacions següents:

"a) Disposar de la preceptiva autorització sanitària de funcionament de l'establiment, prèvia a l'inici de l'activitat, regulada en aquest Decret, sens perjudici d'aquelles altres obligacions d'autorització i registre que siguin preceptives, d'acord amb la normativa vigent.

"b) Disposar de personal, instal·lacions, equipament i documentació necessaris per complir degudament els requisits establerts en aquest Decret.

"c) Sol·licitar a la direcció general competent en matèria d'ordenació i regulació sanitàries l'autorització prèvia per al trasllat, ampliació, reestructuració o redistribució dels locals on es du a terme l'activitat, així com els canvis de titularitat.

"d) Comunicar a la direcció general competent en matèria d'ordenació i regulació sanitàries els canvis de denominació, el canvi de directora tècnica o de director tècnic, així com la decisió de tancament de l'establiment.

"e) Facilitar en qualsevol moment l'accés del personal acreditat per a l'exercici de tasques d'inspecció del departament competent en matèria de salut a les seves instal·lacions i dependències."

Article 2

Modificació de l'article 8 del Decret 126/2003, de 13 de maig, pel qual s'estableixen els requisits tecnicosanitaris dels establiments d'òptica

Es modifica l'article 8 del Decret 126/2003, que queda redactat de la manera següent:

"Article 8. Autorització de funcionament

"8.1 L'autorització sanitària de funcionament dels establiments d'òptica és obligatòria i prèvia al començament de l'activitat, i el seu atorgament correspon a la persona titular de la direcció general competent en matèria d'ordenació i regulació sanitàries.

"8.2 La responsabilitat d'obtenir aquesta autorització correspon a la persona titular de l'establiment. Sens perjudici del que estableix l'apartat 6 d'aquest article, el procediment s'inicia mitjançant la presentació davant de l'Oficina de Gestió Empresarial (OGE) d'una sol·licitud acompanyada de la documentació següent:

"8.2.1 Una declaració responsable en la qual la persona titular declara que compleix amb els requisits següents:

"a) Que disposa d'una persona que exercirà les funcions de director tècnic o directora tècnica, de la qual n'ha d'especificar la identitat.

"b) En el cas que la persona titular sigui metge o metgessa, que no exerceix la professió.

"c) Que disposa de la documentació acreditativa de la propietat o del títol que l'habilita per a la possessió de l'immoble d'ubicació de l'establiment.

"d) Que disposa de l'equipament o utilatge necessari i adequat per a l'exercici de l'activitat corresponent, previst en l'annex d'aquest Decret.

"8.2.2 Una còpia de la titulació acadèmica que habiliti el director tècnic o directora tècnica per dur a terme les funcions pròpies d'aquesta responsabilitat.

"8.2.3 El plànol de l'establiment expedit per una tècnica o un tècnic competent i visat, si escau d'acord amb la normativa vigent, pel col·legi professional corresponent.

"8.2.4 Una declaració responsable en la qual el director o directora tècnica manifesti que compleix amb els requisits següents:

"a) Que ha acceptat el càrrec i assumeix el desenvolupament de les funcions corresponents d'acord amb aquest Decret.

"b) Que en el cas que sigui metge o metgessa, no exerceix la professió.

"8.3 Els serveis de tramitació d'autoritzacions administratives dels establiments d'òptica meriten la taxa corresponent, d'acord amb la normativa reguladora de les taxes i preus públics de la Generalitat de Catalunya.

"8.4 L'Oficina de Gestió Empresarial ha de verificar, en el mateix moment en què es presenten, que s'aporten tots els documents preceptius d'acord amb aquest article i ha de comprovar, per mitjans telemàtics, la identitat de la persona sol·licitant i, si escau, de qui n'exerceixi la representació. Així mateix, ha de lliurar la carta de pagament de les taxes i verificar-ne el pagament.

"8.5 Un cop verificat el que s'estableix en l'apartat anterior, l'Oficina de Gestió Empresarial ha de trametre l'expedient a la direcció general competent en matèria d'ordenació i regulació sanitàries a l'efecte que emeti, amb les comprovacions prèvies que siguin necessàries, l'autorització corresponent.

"8.6 Les persones titulars de les oficines de farmàcia autoritzades que vulguin disposar d'una secció d'òptica han d'instar el procediment, amb la documentació prevista en l'apartat 2 d'aquest article, davant la direcció general competent en matèria d'ordenació i regulació sanitàries.

"8.7 El que s'estableix als apartats 2 i 6 d'aquest article és sens perjudici del dret de les persones interessades a presentar els documents d'acord amb el que disposa l'article 25 de la Llei 26/2010, del 3 d'agost, de règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya.

"8.8 L'atorgament de l'autorització sanitària comporta la inscripció d'ofici de l'establiment en el Registre de centres, serveis i establiments sanitaris de Catalunya i l'assignació del número de registre corresponent.

"8.9 El termini per resoldre i notificar la resolució d'atorgament o de denegació de l'autorització és de tres mesos, a comptar des de la data en què hagi tingut entrada la sol·licitud en el registre de l'òrgan competent per a la seva tramitació. Les persones interessades poden entendre estimades per silenci administratiu aquelles sol·licituds que no hagin estat resoltes i notificades en el termini establert.

"8.10 Els establiments d'òptica autoritzats s'han de fer públics en la pàgina web del departament competent en matèria de salut."

Article 3

Addició d'un nou article, l'11, al Decret 126/2003, de 13 de maig, pel qual s'estableixen els requisits tecnicosanitaris dels establiments d'òptica

S'afegeix al Decret 126/2003 un nou article, l'11, amb la redacció següent:

"Article 11. Modificació de l'autorització

"11.1 El canvi de titularitat, el trasllat dels locals d'activitat i els canvis estructurals en les instal·lacions que pressuposin ampliació, reestructuració o redistribució de les instal·lacions requereixen una autorització prèvia per part de la persona titular de la direcció general competent en matèria d'ordenació i regulació sanitàries

abans de fer-se efectius.

"11.2 Sens perjudici del que estableix l'apartat 5, per sol·licitar l'autorització prevista en aquest article s'ha de presentar una sol·licitud davant l'Oficina de Gestió Empresarial a la qual s'ha d'adjuntar la documentació següent, en funció del motiu de la sol·licitud:

"a) Trasllat dels locals on s'exerceix l'activitat: el plànol del nou establiment expedit per una tècnica o un tècnic competent i visat, si escau d'acord amb la normativa vigent, pel col·legi professional corresponent, i una declaració responsable en la qual la persona titular de l'activitat manifesti que compleix amb els requisits previstos en les lletres c) i d) de l'article 8.2.1.

"b) Ampliació, reestructuració o redistribució de les instal·lacions: el plànol del nou establiment expedit per una tècnica o un tècnic competent i visat, si escau d'acord amb la normativa vigent, pel col·legi professional corresponent.

"c) Canvi de titularitat de l'establiment: una declaració responsable en la qual la nova persona titular manifesti que compleix amb els requisits previstos en l'article 8.2.1.

"11.3 Els serveis de tramitació de modificació d'autoritzacions administratives d'establiments d'òptica meriten la taxa corresponent, d'acord amb la normativa reguladora de taxes i preus públics de la Generalitat de Catalunya.

"11.4 Un cop presentada la sol·licitud de modificació de l'autorització davant l'Oficina de Gestió Empresarial, se segueix la tramitació prevista en l'article 8.5. El termini per resoldre i notificar la resolució d'atorgament o de denegació de la modificació de l'autorització és d'un mes, a comptar des de la data en què hagi tingut entrada la sol·licitud en el registre de l'òrgan competent per a la seva tramitació. Les persones interessades poden entendre estimades per silenci administratiu les sol·licituds que no hagin estat resoltes i notificades en el termini establert.

"11.5 Les persones titulars de les oficines de farmàcia amb secció d'òptica autoritzada han d'instar el procediment de modificació mitjançant la presentació de la documentació prevista en l'apartat 2 d'aquest article davant la direcció general competent en matèria d'ordenació i regulació sanitàries. El termini per resoldre i notificar la resolució d'atorgament o de denegació de l'autorització és d'un mes, a comptar des de la data en què hagi tingut entrada la sol·licitud en el registre de l'òrgan competent per a la seva tramitació. Les persones interessades poden entendre estimades per silenci administratiu les sol·licituds que no hagin estat resoltes i notificades en el termini establert.

"11.6 El que s'estableix en els apartats 2 i 5 d'aquest article és sens perjudici del dret de les persones interessades a presentar els documents d'acord amb el que disposa l'article 25 de la Llei 26/2010, del 3 d'agost, de règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya.

"11.7 La resolució de modificació de l'autorització sanitària s'inscriu d'ofici en el Registre de centres, serveis i establiments sanitaris de Catalunya."

Article 4

Addició d'un nou article, el 12, al Decret 126/2003, de 13 de maig, pel qual s'estableixen els requisits tecnicosanitaris dels establiments d'òptica

S'afegeix al Decret 126/2003 un nou article, el 12, amb la redacció següent:

"Article 12. Obligacions de comunicació

"12.1 Els canvis de denominació de l'establiment i d'adreça per raons administratives, el canvi de directora tècnica o director tècnic i la decisió de tancar l'establiment s'han de comunicar a la direcció general competent en matèria d'ordenació i regulació sanitàries mitjançant un escrit adreçat a l'Oficina de Gestió Empresarial, la qual ha de verificar que s'aporten tots els documents preceptius d'acord amb aquest article i ha de comprovar, per mitjans telemàtics, la identitat de la persona sol·licitant i, si escau, de qui n'exerceixi la representació.

"12.2 Un cop verificat el que s'estableix en l'apartat anterior, l'Oficina de Gestió Empresarial ha de trametre l'expedient a la direcció general competent en matèria d'ordenació i regulació sanitàries per a la seva inscripció en el Registre de centres, serveis i establiments sanitaris de Catalunya.

"12.3 En la comunicació de canvi de directora tècnica o director tècnic s'ha d'adjuntar la documentació prevista en els articles 8.2.2 i 8.2.4.

"12.4 Les persones titulars de les oficines de farmàcia amb secció d'òptica autoritzada han de comunicar els



canvis previstos en aquest article directament a la direcció general competent en matèria d'ordenació i regulació sanitàries per a la seva inscripció en el Registre de centres, serveis i establiments sanitaris de Catalunya."

Disposició addicional

Tramitació i gestió electrònica

El òrgans competents per al desenvolupament i la implementació dels serveis i tràmits regulats en aquest Decret han d'impulsar-ne, en funció de les seves disponibilitats pressupostàries, la tramitació per mitjans telemàtics, d'acord amb la Llei 11/2007, de 22 de juny, d'accés electrònic dels ciutadans als serveis públics, la Llei 29/2010, del 3 d'agost, de l'ús dels mitjans electrònics al sector públic de Catalunya i el Decret 56/2009, de 7 d'abril, per a l'impuls i el desenvolupament dels mitjans electrònics a l'Administració de la Generalitat.

Disposició final

Única

Aquest Decret entrarà en vigor l'endemà de la seva publicació al *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*.

Barcelona, 10 de setembre de 2013

Artur Mas i Gavarró

President de la Generalitat de Catalunya

Boi Ruiz i García

Conseller de Salut

(13.253.086)



ANEXO II: Propaganda en forma de folletos.



En CSMòptics
Pensamos en TI

HASTA UN 40%
DESCUENTO EN
TODOS NUESTROS
PRODUCTOS Y
SERVICIOS

- Revisiones visuales
- Adaptaciones de lentes de contacto
- Revisiones auditivas
- Sesiones de Terapia Visual
- Asesoramiento personalizado



Placa Orfila 7 Barcelona 08030
Provincia de Barcelona
Tel. xxxxxxxxxx
Fax xxxxxxxxxx
www.CSMòptics.com

SOLUCIONES PARA TODOS
Buena calidad al mejor precio
Gran variedad de productos

GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS

- Monturas de sol y de graduado
- Lentes de contacto y soluciones de mantenimiento
- Cristales monofocales
- Cristales progresivos de alta gama
- Audífonos y tapones de baño a medida
- Accesorios: Estuches, gamuzas, cordones...

Acuda a nuestro centro y recibirá la mejor atención

SOLUCIONES FLEXIBLES PARA LA FORMA DE PAGO
Financiaciones al 0% de Interés
(consultar requisitos en el centro)

SOLUCIONES WEB
Si quiere recibir tus pedidos en casa y ya es cliente, visite nuestra página web, le sorprenderá






TRABAJAMOS CON UNA BASE DE CLIENTES DIVERSOS. ¿CÓMO PODEMOS AYUDARLE?



ANEXO III: Precios detallados de equipos optométricos y mobiliario.

Tabla 1 ANEXO III: Precios detallados de equipos optométricos

Equipos y mobiliario	
Equipos para la prestación de servicios Optométricos y Contactológicos	
	Valor 2014
Proyector de Optotipos	
Foróptero + soporte	4.035€
Silla automática + silla con ruedas	
Mesa eléctrica	
Autorrefractómetro	2.719,11€
Queratómetro	
Caja de pruebas+ Mnt de prueba	1.258,18€
Frontofocómetro automático	512,72€
Test para la valoración cromática	988,74€
Ordenador	400€
Biomicroscópio	1.452,05€
Biseladora automática	6.402,27€
Ventiletes	73,24€
Varios: Flipers, Oclusores, Tests VP, Reglillas, etc	50€
Útiles para la prestación de servicios de Terapia Visual	
Lentes y prismas	
Anaglíficos	
Vectogramas	
Estereoscopio	
Espejo variable	
Regla de apertura	10.000€
Flipers	
Rotadores	
Pelota de Marsden	
Tablas de Hart	
Láminas de Acetato	
Filtros	
Aparatos para la prestación de servicios de Salud Visual	
Oftalmoscópio Directo / Retinoscópio	422,90€
Tonómetro de aire	6.019,75€
Equipos y mobiliario para la prestación de servicios de Audiología	
Audiómetro	3.725€
Cabina insonorizada	4.600€
Otoscopio	945€
Analizador	6.850€
TOTAL	50.453,96€

Fuente: <http://www.tiedra.net/optica/Products/32-tonometro-keeler-pulsair-desktop.aspx>; <http://spanish.alibaba.com/p-detail/Ishihara-Test-Book-400000126231.html>; [http://listado.mercadolibre.com.mx/test-ishihara#D\[A:test-ishihara,B:3\]](http://listado.mercadolibre.com.mx/test-ishihara#D[A:test-ishihara,B:3]); <http://es.aliexpress.com/wholesale?SearchText=montura+de+pruebas+y+lentes+de+pruebas+para+optica&catId=0>; PHONAK live is on. Tarifa de precios 2013

Tabla 2 ANEXO III: Detalle de Mobiliario

Muebles y Enseres	
Nombre	
Ordenadores	
Impresora con fax	
Teléfono	
Mueble para caja registradora	
Vitrinas de exposición	
Lineales de exposición	
Mesas	
Sillas para clientes	
Sillas para vendedores	
Espejos de mesa	
Escritorios	
Sillas consultorio	
Armarios	
Artículos de oficina	
TOTAL	20.000€

Fuente: Autora



ANEXO IV: Tabla de amortización detallada

Tabla 1 ANEXO IV: Tabla de Amortización detallada

CUADRO DE AMORTIZACIÓN					
Equipos para la prestación de servicios Optométricos y Contactológicos					
	Valor 2014	Año 1	Año 2	Año 3	Año 10
Proyector de Optotipos					
Foróptero + soporte	4.035€	3.631,50€	3.268,35€	2.941,51€	1406,91€
Silla automática + silla con ruedas					
Mesa eléctrica					
Autorrefractómetro	2.719,11€	2.447,19€	2.202,47€	1.982,23€	948,09€
Queratómetro					
Caja de pruebas+ Mnt de prueba	1.258,18€	1.132,36€	1.019,12€	917,21€	438,70€
Frontofocómetro automático	512,72€	461,44€	415,30€	373,77€	178,77€
Test para la valoración cromática y estereopsis	988,74€	889,86€	800,87€	720,79€	344,75€
Ordenador	400€	360€	324€	291,69€	139,47€
Biomicroscópio	1.452,05€	1.306,84€	1176,16€	1058,54€	506,29€
Biseladora automática	6.402,27€	5.762,04€	5.185,83€	4.667,25€	2.232,33€
Ventiletes	73,24€	65,91€	59,32€	53,39€	25,53€
Varios: Flipers, Oclusores, Tests VP, Reglillas, etc	50€	45€	40,5€	36,45€	17,43€
Útiles para la prestación de servicios de Terapia Visual					
Lentes y prismas					
Anaglíficos					
Vectogramas					
Estereoscopio					
Espejo variable					
Regla de apertura	10.000€	9.000€	8.100€	7.290€	3.486,78€
Flipers					
Rotadores					
Pelota de Marsden					
Tablas de Hart					
Láminas de Acetato					
Filtros					
Aparatos para la prestación de servicios de Salud Visual					
Oftalmoscópio Directo / Retinoscópio	422,90€	380,61€	342,54€	308,29€	147,45€
Tonómetro de aire	6.019,75€	5.417,77€	4.875,99€	4,388,39€	2098,95€
Equipos y mobiliario para la prestación de servicios de Audiología					
Audiómetro	3.725€	3.352,50€	3.017,25€	2.715,52€	1.298,82€
Cabina insonorizada	4.600€	4.140€	3.726€	3.353,40€	1.603,92€
Otoscopio	945€	850,50€	765,45€	688,90€	329,50€
Analizador	6.850€	6.165€	5.548,50€	4.993,65€	2.388,44€
Muebles y Enseres					
Nombre					
Ordenadores					
Impresora con fax					
Teléfono					

Mueble para caja registradora					
Vitrinas de exposición					
Lineales de exposición					
Mesas	20.000€	18.000€	16.200€	14.580€	6.973,56€
Sillas para clientes					
Sillas para vendedores					
Espejos de mesa					
Escritorios					
Sillas consultorio					
Armarios					
Artículos de oficina					
Otros artículos					

Fuente: Autora